



**Faculdade de Ciências Contábeis e Administração do Vale do Juruena
Bacharelado em Ciências Contábeis**

**MENSURAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL: UM
COMPARATIVO ENTRE OS PRINCIPAIS MÉTODOS.**

Giselle Maria Köhler

JUINA-MT

2009

GISELLE MARIA KÖHLER

**MENSURAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL: UM
COMPARATIVO ENTRE OS PRINCIPAIS MÉTODOS.**

Monografia apresentada ao curso de Ciências Contábeis, da Faculdade de Ciências Contábeis e Administração do Vale do Juruena, como requisito parcial para obtenção do título Bacharel em Ciências Contábeis.

Profº. Mestre Cleiva Schaurich Mativi
Orientadora

Juina-MT
2009

GISELLE MARIA KÖHLER

**MENSURAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL: UM
COMPARATIVO ENTRE OS PRINCIPAIS MÉTODOS.**

Monografia apresentada em junho e aprovada pela Banca Examinadora, constituída
pelos professores:

Professora Msc. Cleiva Schaurich Mativi

Professora Msc. Mara Luiza Gonçalves Freitas

Professor Esp. Claudio Lima dos Santos

Juina-MT

2009

DEDICATÓRIA

A Deus que me acompanha me dá
forças e coragem pra seguir sempre em
frente;

A Minha mãe Elza, que foi e
continua sendo meu maior incentivo em
tudo que almejo conquistar na vida;

A Minha irmã Kátia, por sempre me
confortar e dar carinho nos momentos de
angústia.

AGRADECIMENTOS

A Deus que trilha nossos caminhos e nos obstáculos está sempre ao nosso lado nos segurando a mão para não deixar-nos cair.

A professora e orientadora Cleiva Schaurich Mativi, pelo direcionamento ao tema por mim escolhido, pelos ensinamentos, dedicação ao trabalho e sabedoria.

A Minha mãe Elza que tanto amo e me ajudou nos longos dias de estudo, compartilhou comigo toda ansiedade, nervosismo, sempre pedindo a Deus por mim, para me dar luz, paciência e perseverança, incentivando-me a me dedicar cada dia mais aos estudos, as glórias dessa conquista com certeza dividirei com ela.

Ao Marcio uma pessoa especial que sempre me apoiou, me incentivou nos momentos de desânimo para seguir em frente e sempre me estendeu a mão quando precisei.

Às colegas de trabalho que muito me apoiaram e me incentivaram.

Minha professora que admiro Ahiran que acompanhou a ansiedade de todos da turma, sempre nos transmitindo tranquilidade e transferindo-nos seu conhecimento.

Ao Garfield e Konnay por estarem ao meu lado sempre que possível nas longas horas de estudo, me dando ânimo e me alegrando nos momentos de cansaço.

O MEU MUITO OBRIGADO

“O acesso ao conhecimento é o ato sublime e grandioso das verdadeiras grandes civilizações.”

Toni Morrison

RESUMO

Este trabalho objetivou demonstrar os principais métodos para mensuração do capital intelectual e analisar a existência de diferenças entre eles.

A pesquisa demonstrou alguns intangíveis existentes dentro das organizações, desde o mais conhecido como *goodwill*, a um dos mais atuais, os créditos de carbono. Comentou-se também a respeito da IAS 38 que trata sobre ativos intangíveis e as alterações ocorridas na legislação com relação a estrutura do plano de contas, que confirma a importância do intangível dentro da organização. E demonstra que a contabilidade brasileira está em processo de adaptação para acompanhar as mudanças da era do conhecimento, onde já se nota a conscientização da existência de alguns valores antes ocultos na contabilidade, enfim, são dados os primeiros passos para ter a contabilidade condições de espelhar a real situação da empresa, seja ela do aspecto financeiro, estrutural ou intelectual.

O capital intelectual possui elementos que agregam valor a empresa e são considerados como fontes de geração de riquezas. Métodos utilizados para mensuração do capital intelectual é um assunto muito discutido na atualidade contábil.

Foram relatados conceitos sobre o capital intelectual de vários autores, inclusive os elementos que compõem sua estrutura, seus histórico, as vantagens e limitações na mensuração do capital intelectual e os principais métodos para mensuração do capital intelectual. Nos resultados obtidos após a análise comparativa dos métodos estudados pode-se constatar que existem diferenças e algumas particularidades com relação a aplicabilidade dos índices em cada método.

Palavras-chave: Intangíveis. Mensuração do capital intelectual. Métodos de Avaliação.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CI	Capital Intelectual
BSC	<i>Balanced Scorecard</i>
CO ²	Gás Carbônico
GEE	Gases de Efeito Estufa
IAS	<i>International Accounting Standards</i>
IASB	<i>International Accounting Standards Board</i>
REs	Reduções Esperadas
RCs	Reduções Certificadas

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Perspectiva Histórica do Capital Intelectual Analisado pelas Empresas	36
Quadro 2 - Exemplo de um Monitor de Ativos Intangíveis	49
Quadro 3 – Indicadores de Acompanhamento da Estratégia Empresarial	53
Quadro 4 – Possibilidade de Mensuração do Capital Intelectual	54

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – O capital intelectual é como a raiz e o cerne de uma árvore: não são vistos, mas são a sua sustentação.....	21
Figura 2 – Metáfora de <i>Iceberg</i> para ilustrar o valor de mercado de uma empresa	24
Figura 3 – Gráfico Radar.....	46
Figura 4 – Navegador <i>Skandia</i>	47
Figura 5 – Balanço Patrimonial de uma Organização do Conhecimento.....	50
Figura 6 – <i>Balanced Scorecard</i>	52

SUMÁRIO

1 – INTRODUÇÃO.....	13
1.1. Contextualização.....	13
1.2. Problema.....	15
1.3. Hipóteses.....	15
1.4. Objetivos.....	15
1.4.1. Objetivo Geral.....	15
1.4.2. Objetivos Específicos.....	15
1.5. Delimitação da Pesquisa.....	16
1.6. Justificativa.....	16
1.7. Estrutura do Trabalho.....	17
1.8. Limitações da Pesquisa.....	18
2. REFERENCIAL TEÓRICO	
2.1. Ativos Intangíveis.....	19
2.2. IAS 38.....	22
2.3. Goodwill.....	23
2.4. Créditos de Carbono (CO²).....	26
2.5. Alterações Promovidas pela Lei n. 11.638/2007 e MP n. 449/2008.....	27
2.6. Conceitos e Estrutura de Capital Intelectual.....	28
2.6.1 Capital Humano.....	30
2.6.2 Capital Estrutural.....	33
2.6.3 Capital Cliente.....	34
2.7. Breve Histórico do Capital Intelectual.....	35
2.8. A Importância da Mensuração do Capital Intelectual.....	37
2.9. Limitações na Mensuração do Capital Intelectual.....	39
2.10. Métodos de Avaliação do Capital Intelectual.....	41
2.10.1 Diferença entre valor de mercado e valor contábil.....	42
2.10.2 Razão entre o valor de mercado e o valor contábil (ou <i>market-to-book</i>)....	43
2.10.3 Modelo de mensuração do capital intelectual “Q” de Tobim.....	44
2.10.4 Navegador do capital intelectual – modelo de Stewart.....	45

2.10.5 Modelo de navegador <i>Skandia</i>	47
2.10.6 Modelo de Sveiby.....	48
2.10.7 Modelo Heurístico.....	50
2.10.8 Método - <i>Balanced Scorecard</i>	51
3. METODOLOGIA.....	56
4. ANALISE DOS DADOS.....	57
5. CONCLUSÃO.....	63
REFERENCIAS.....	64

1 INTRODUÇÃO

1.1 Contextualização

Houve uma grande mudança tecnológica nas ultimas décadas no mundo empresarial, um exemplo simples é toda tecnologia que alimenta o mercado competitivo através da internet, com isso as empresas além de se preocupar com a concorrência local, agora se vêem competindo com empresas de vários lugares do país ou do mundo. Isso as obriga a investir mais em inovações práticas de fácil inserção em seu cotidiano, sem perder a originalidade.

A competitividade do mercado passou a se basear no conhecimento, na capacidade de inovação das organizações, tamanha é a rapidez com que ocorre a substituição de um produto no mercado, por algo mais moderno, dinâmico e prático, dando ênfase ao desafio da inovação. Os recursos intelectuais das empresas são hoje sua maior riqueza, pois, proporcionam-lhes o desenvolvimento de estruturas de conhecimento, com uma cultura de aprendizado contínuo, que as torna aptas á desenvolver práticas estratégicas que as mantêm no mercado em posição privilegiada.

Na economia industrial a perspectiva quanto à posição do mercado competitivo, era definida com relação a fatores materiais, como maquinários de grande porte, tecnologias avançadas, estoque de matérias-primas, mão-de-obra dotada de força bruta, etc. Hoje em dia a nova riqueza são os bens intangíveis, o conhecimento, recurso mais valioso da empresa, que a compõem e contribui para sua longevidade.

Diante disso, o atual foco da área contábil está voltado para algo mais complexo no meio competitivo, a mensuração do capital intelectual, um importante ativo intangível cada dia mais inserido nas discussões do meio contábil, que permite gerir ativos que integram e agregam um maior valor ao patrimônio empresarial.

Considerando a rapidez com que se expande o mercado competitivo faz-se necessário ressaltar a necessidade da organização controlar todas as variáveis responsáveis direta ou indiretamente por seu desempenho econômico e financeiro.

Isso inclui a gestão do capital intelectual, que através dos métodos de mensuração já desenvolvidos e adaptáveis de acordo com o perfil organizacional, demonstra a capacidade de renovação e desenvolvimento da empresa.

Nota-se uma evolução nos procedimentos da contabilidade no que diz respeito ao reconhecimento do ativo intangível incorporado à organização, através da alteração introduzida na legislação pela Lei 11.638/2007 e MP 449/2008, criou-se um novo subgrupo classificado como “intangível” no ativo, agora com nova nomenclatura de ativo-não circulante e neste subgrupo são classificados os ativos incorpóreos de propriedade da empresa, porém, o capital intelectual não possui o padrão do intangível que possa ser demonstrado na contabilidade devido a sua grande subjetividade.

Apesar do valor oculto do capital intelectual ser parcialmente reconhecido no mercado competitivo, nas transações de aquisição de uma empresa, através do *goodwill* oculto no patrimônio organizacional, ele não possui seu valor demonstrado nas informações contábeis de maneira objetiva. É sabido do valor agregado à entidade, porém, isso conflita com os princípios da contabilidade, que só mensura algo que possua concreta certeza de seu valor. E em se tratando de intangível, cujo valor é subjetivo, torna-se improvável mensurá-lo em consonância à observação dos princípios fundamentais da contabilidade.

Sugere-se, que a informação da capacidade e utilização do capital intelectual da empresa seja demonstrada através dos diferentes métodos para mensuração do capital intelectual como relatórios complementares às demonstrações contábeis, já que as mesmas não possuem meios para demonstrá-lo.

Os métodos para mensuração do capital intelectual são vários e de acordo com estudiosos sobre o assunto, não há um padrão a ser seguido para utilização dos métodos, pois, cada segmento ou organização de maneira individual deve desenvolver seu método de avaliação ou adaptar os já existentes, pois não se pode gerenciar e nem utilizar estrategicamente alguma vantagem competitiva que não apareça nos relatórios da administração.

A gestão do capital intelectual é uma indispensável ferramenta estratégica para organização, que proporciona uma administração eficaz e eficiente do desempenho organizacional, pois o sucesso de um empreendimento na atual

competitividade empresarial está ligado a incorporação dos ativos intangíveis aos planos estratégicos e a contínua perda da substância física e enfoque do potencial.

1.2. Problema

Existem diferenças entre os principais métodos de mensuração do capital intelectual?

1.3 Hipóteses

1. As diferenças entre os métodos de mensuração do capital intelectual são significativas.
2. As diferenças entre os métodos de mensuração do capital intelectual não são relevantes.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo Geral

Demonstrar os principais métodos para mensuração do capital intelectual e analisar a existência de diferenças entre os modelos.

1.4.2 Objetivos Específicos

- 1- Pesquisar sobre os conceitos e componentes do capital intelectual;

- 2- Pesquisar o histórico do Capital intelectual;
- 3- Verificar a importância da mensuração do capital intelectual;
- 4- Demonstrar as possíveis limitações para mensuração do capital intelectual;
- 5- Pesquisar sobre os principais métodos de mensuração do capital intelectual;
- 6- Verificar as diferenças existentes nos métodos de mensuração do capital intelectual;

1.5 Delimitação da Pesquisa

De acordo com Ruiz (1991, p.61):

“A especificação definitiva do assunto é fruto da própria pesquisa; entretanto, não se pode iniciar uma pesquisa sem determinar um alvo, sem delimitar o assunto e sem excluir a grande variedade de aspectos que não se pretende explorar.”

O estudo trata sobre a mensuração do capital intelectual e faz um comparativo entre os principais métodos, a abordagem será sobre alguns dos principais métodos existentes para mensurar o capital intelectual dentro das empresas.

1.6 Justificativa

As empresas vivenciam a gestão do conhecimento e procuram meios para administrar seus recursos intelectuais, a preocupação dos gestores está inserida em criar vantagens competitivas para diferenciar a organização de seus concorrentes, e para isso, é preciso desenvolver em sua estrutura interna sistemas mais abrangentes para o controle do plano estratégico. No sentido de acompanhar as mudanças do mercado competitivo as empresas necessitam reconhecer a importância da avaliação e incorporação do capital intelectual nos principais focos da estratégia organizacional e quais os métodos que podem utilizar como ferramentas nessa complexa tarefa.

Diante da importância da mensuração e gestão do capital intelectual dentro da organização o presente trabalho desenvolveu um estudo sobre os principais métodos para mensuração do capital intelectual e fez uma análise comparativa entre os oito métodos abordados. Esta pesquisa evidenciou a estrutura para mensuração adotada por cada modelo, seus principais focos no plano estratégico e como são demonstrados os resultados para um melhor entendimento de cada método.

1.7 Estrutura do Trabalho

Para o desenvolvimento desta pesquisa adotou-se a seguinte estrutura:

1ª seção: Introdução, onde se tem a contextualização a respeito do tema, o problema de pesquisa, objetivos gerais e específicos, hipóteses, justificativa e estrutura para o desenvolvimento do estudo.

2ª seção: Referencial Teórico, contemplando os conceitos de diferentes autores sobre intangíveis, IAS 38, *goodwill* e créditos de carbono, as alterações ocorridas na legislação com relação ao ativo, capital intelectual, sua estrutura, um breve histórico, trata também da importância e limitações da mensuração do capital intelectual e os principais métodos para mensuração do capital intelectual.

3ª seção: Metodologia, nesta seção está descrita a metodologia utilizada para desenvolvimento da pesquisa.

4ª seção traz a análise e os resultados da pesquisa através da comparação dos métodos estudados para mensuração do capital intelectual.

5ª seção: Conclusão do estudo evidenciando a resposta ao problema da pesquisa e objetivos gerais e específicos.

1.8 Limitações da Pesquisa

Este estudo teve como limitações a carência de material bibliográfico sobre o tema e a dificuldade de informações sobre a aplicação efetiva dos métodos de mensuração do capital intelectual pesquisados, contudo, não foram impeditivos para a elaboração do presente trabalho.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Ativos Intangíveis

Segundo afirma Martins (2002, p.82): “ativos não são objetos físicos, mas sim a representação dos benefícios econômicos esperados de um agente.”

Muitas vezes o resultante da eficiente utilização dos bens materiais pode ser um bem intangível.

De acordo com Sá^a (2001, p.1), “Intangível é atribuível ao componente patrimonial que não possui representação física compatível com a função que desempenha como utilidade no patrimônio de um empreendimento.”

Para Gomes (2003, p.47):

“Os ativos intangíveis existem e possuem valor somente em combinação com os ativos tangíveis da entidade, e que, por causa dessa característica, devem ser considerados como benefícios residuais, após a identificação de todos os ativos tangíveis.”

Em concordância a citação de Gomes, Hendriksen e Breda (1999, p. 390), comentam sobre a impossibilidade de separar os intangíveis da organização e seus ativos materiais, onde sua existência e valor se dão somente em resultado da combinação com ativos tangíveis, o que os torna representativos de benefícios residuais.

Ativos imateriais são capazes de proporcionar um maior retorno aos investimentos da organização do que os ativos materiais, visto que agregam valores ao ativo físico.

Segundo comentam ainda os autores Hendriksen e Breda (1999, p. 390), sobre dois argumentos, de que muitos intangíveis são separáveis, citando os direitos autorais e a extração do valor dos ativos tangíveis somente se dão em associação com intangíveis, argumentando de que os ativos tangíveis é que são os resíduos.

Os intangíveis, se administrados de forma eficiente, podem proporcionar um melhor desempenho da estrutura física, redução do desembolso para manter a capacidade produtiva, maximizando a lucratividade.

De acordo com Szuster *et al* (2008,p.317) “O intangível corresponde aos itens incorpóreos adquiridos pela empresa, em transações realizadas com terceiros, e que têm a capacidade de gerar benefícios econômicos durante vários períodos”.

Intangível é aquilo que se nota de resultado da utilização de uma conjunção de bens materiais com imateriais e que torna o patrimônio da empresa mais valioso.

Conforme Hendriksen e Breda (1999, p. 388) definem: “ativos intangíveis são definidos às vezes, como a diferença positiva entre o custo de uma empresa adquirida e a soma de seus ativos tangíveis líquidos.”

Segundo Ribeiro, O. (2009, p.237):

“O intangível é composto exclusivamente por contas representativas de bens incorpóreos (imateriais), os quais, embora não possuindo existência corpórea, representam direitos de propriedade industrial ou comercial, legalmente conferidos a seus possuidores, como é o caso dos direitos autorais, das marcas e patentes, do fundo de comércio, etc.”

De acordo com Breda e Hendriksen (1999, p. 387):

“Ativos intangíveis são ativos que carecem de substância. Como tais, esses ativos devem ser reconhecidos sempre que preenchem os requisitos de reconhecimento de todo e qualquer ativo, ou seja, devem atender à definição de um ativo, devem ser mensuráveis e devem ser relevantes e precisos.”

Todos os ativos organizacionais independente de corpóreos ou incorpóreos devem ser analisados quanto ao seu desempenho como parte da estrutura organizacional.

Afirma Martins (2002, p.85):

“Geralmente os ativos intangíveis tratados pela contabilidade são ativos de longo prazo, não circulantes. Isto significa que os benefícios dos ativos intangíveis são esperados a ocorrer num prazo mais longo que (normalmente) um ano, ou maior que o ciclo operacional da entidade que controla o ativo.”

Apesar de presentes no ambiente empresarial nem todos os ativos intangíveis são demonstrados nos relatórios contábeis de maneira condizente com sua realidade econômica, seus benefícios e retornos financeiros permanecem ignorados.

A figura 1 ilustra através de uma metáfora da raiz de uma árvore que o capital intelectual mesmo não sendo visível nas demonstrações contábeis, assim como a raiz sustenta a árvore, o capital intelectual é a sustentação da empresa.

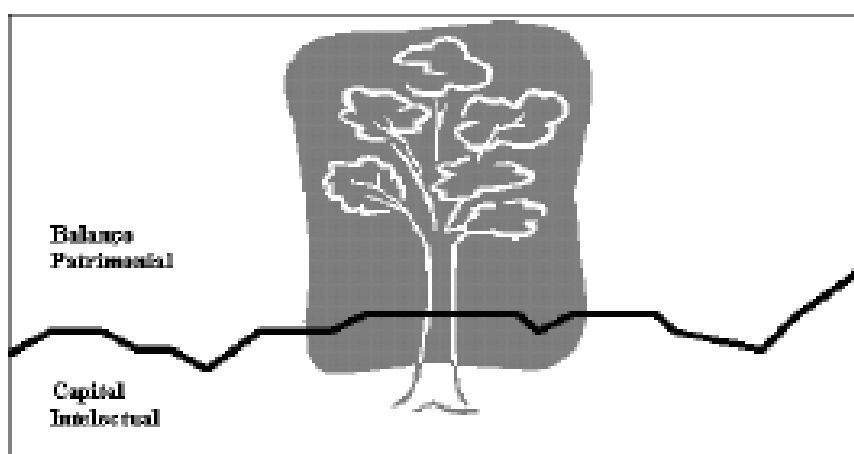


Figura 1 - O capital intelectual é como a raiz e o cerne de uma árvore: não são vistos, mas são a sua sustentação

Fonte: Rodrigues (2007, p.27)

De acordo com Marion (2002, p.1): “do ativo intangível os termos que mais se destacam é o Capital Intelectual e “*Goodwill*”, principalmente em função do desenvolvimento da era do conhecimento”.

Para esclarecer ainda mais sobre o termo intangível, é descrita a *International Accounting Standards*, ou IAS 38 que trata a respeito desse tema no contexto internacional. As IAS são normas de contabilidade emitidas pelo *International Accounting Standards Board*, ou IASB órgão que possui como compromisso principal desenvolver um modelo único de normas contábeis internacionais de alta qualidade, que visam a transparência e comparabilidade na elaboração de Demonstrações Contábeis, atendendo aos mais diversos usuários da contabilidade. (CFC, 2006, p. 7)

2.2 IAS 38

“Ativos intangíveis são definidos como ativos não monetários e sem substância física. Exemplos comuns de ativos intangíveis são: software, patentes, direitos autorais, lista de clientes, licenças, concessões, relacionamento com clientes, pesquisa e desenvolvimento, etc.” (CFC, 2006, p. 50)

Entende-se que para ser reconhecido como intangível o ativo organizacional deve ser incorpóreo, seu valor deve ser mensurado de maneira segura, ser independente da organização, seja individualmente ou em conjunto à outro ativo tangível, para fins de identificação e comercialização do mesmo.

“Nem todos os ativos intangíveis cumprem com os requerimentos da norma para serem reconhecidos contabilmente. Custos incorridos para a obtenção de um item de ativo intangível que não atinjam os requerimentos para reconhecimento contábil devem ser registrados diretamente como despesa no resultado do exercício.” (CFC, 2006, p. 50)

Intangíveis resultantes de fatores internos da organização, não são mensurados e demonstrados na contabilidade.

Um exemplo da exclusão do reconhecimento e mensuração contábil é o *Goodwill*, este será registrado somente na aquisição de uma empresa, ou seja, será registrado o ágio pago no valor da compra.

Para reforçar o entendimento, Hendriksen e Van Breda (1999, p.390) citam: “em princípio, se poderia reconhecer *goodwill* a qualquer momento, comparando o valor de mercado de uma empresa ao valor de seus ativos líquidos.”

Segundo Paulo (2000, p.4):

“Quando uma empresa é adquirida por um valor superior ao seu valor contábil, essa diferença normalmente consiste em ativos intelectuais, por exemplo, o relacionamento com o cliente, previsão de receitas, valor da marca, etc.; o que também é conhecido comumente no meio contábil como Goodwill ou Fundo de Comércio.”

Essa tradução do termo *goodwill* para fundo de comercio gera discussões entre os autores da literatura contábil, alguns acreditam não ter coerência tal comparação, conforme afirmam autores abaixo citados.

Martins (1972, p.55) *apud* Gomes (2003, p.52) afirma que:

“O uso da expressão “Fundo de Comercio” como sinônimo de *Goodwill* parece bastante infeliz, pois não se trata esse ativo realmente de um fundo e nem sempre é derivado ou relacionado com o comercio.”

Segundo Monobe (1986, p.45) *apud* Gomes (2003, p.52) afirma que: “*Goodwill* tem um significado mais abrangente que o seu suposto sinônimo “Fundo de Comércio”.”

O que representa o *goodwill*, dentro da empresa pode-se tornar complexo para o entendimento dos gestores e profissionais da área contábil, para um melhor entendimento deste intangível o próximo tópico trata dos conceitos dados por alguns autores.

2.3 Goodwill

Kohler *apud* Vieira, Dias e Castro Neto (1994, p.42): “*Goodwill* representa “o valor presente da receita futura esperada em excesso ao retorno normal do investimento em ativos tangíveis.”

De acordo com Ribeiro, O. (2009, p.237) *goodwill*, segundo as normas internacionais o fundo de comércio, é o valor que se paga a maior por ocasião da compra do total ou de parte de uma empresa.

Atualmente a empresa destaca-se no mercado com relação a sua capacidade de gerar lucros e não em consonância somente ao valor de seus ativos tangíveis.

A figura 2 traz a metáfora de iceberg que representa o valor de mercado de uma empresa, demonstrando de maneira objetiva os bens físicos e o passivo explícito na organização e os bens intangíveis implícito na organização.

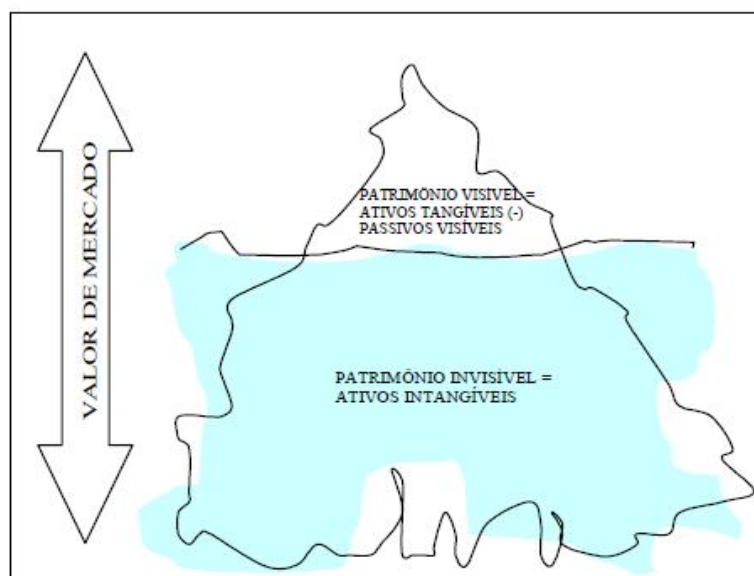


Figura 2 - Metáfora de *iceberg* para ilustrar o valor de mercado de uma empresa

Fonte: Knight (1999) *apud* Armos (2003, p.52)

Segundo Carvalho (2008, p. 143), o *goodwill* é uma agregação de valor aos ativos da empresa, resultante da soma de relações negociais vantajosas, boas relações com funcionários e atitudes favoráveis de clientes.

Essa particularidade de recursos de cada empresa é que pode lhe oferecer uma vantagem competitiva, determinando sua posição no mercado através de seus ativos intelectuais.

Comentam Hendriksen e Breda (1999, p. 390-391) que despesas relativas a *goodwill* devem ser deduzidas do lucro, não há vantagens em se definir uma conta de *goodwill* no ativo, pois tais valores não representam variações no valor da empresa, isso só ocorre com o aumento na demanda produtiva e obtenção de novos recursos. Ao contrario a divulgação de tais despesas pode valorizar a avaliação dos investidores.

Segundo Martins (1972, P.59) *apud* Gomes (2003, p. 54): “A natureza do *Goodwill* [...] é bastante controvertida, pois o valor do *goodwill* está intimamente ligado a outros intangíveis não identificáveis, mas, que se podem relacionar alguns fatores e condições que favorecem o seu surgimento.”

Tamanha dificuldade se tem para definição da natureza do *goodwill*, devido a sua origem ser derivada de outros ativos tangíveis e intangíveis ocultos na

contabilidade. Esse ativo estratégico não se potencializa sozinho, ele depende de outros fatores que lhe agregam valores.

Afirmam Hendriksen e Breda (1999, p. 390): “O principal exemplo de um intangível que não possui usos alternativos, não é separável, e cujos benefícios são muito incertos, é o *goodwill*.”

Isso pode torná-lo como o ativo mais intangível dentro da organização, pois, seu grau de intangibilidade é o maior dentre todos em consonância a sua origem, que advém de variáveis que muitas das vezes também não possuem estrutura física.

De acordo com Hendriksen e Breda (1999, p. 392): “*Goodwill* é o mais importante ativo intangível na maioria das empresas. Frequentemente, é o ativo de tratamento mais complexo porque carece de muitas das características associadas a ativos[...].”

Talvez seja o *goodwill* o ativo intangível mais importante de uma organização, visto que ele surge através do “todo” que compõe a empresa, é a combinação de outros ativos intangíveis e tangíveis, que definem seu grau de potencialidade, permitindo que ele agregue valor ilimitado aos ativos da empresa.

Comenta Martins (2002, p. 113):

“Ao *goodwill* são atribuídas diversas propriedades “subjettivas” assim como manutenção da clientela, capacidade da administração conseguir empréstimos com taxas de juros mais favoráveis que as de mercado, detenção de “segredos” de produção e outros.”

Afirmam Bedford e Burton *apud* Gomes (2003, p.55): “o *goodwill* é uma resultante do fenômeno da sinergia.”

O *Goodwill* surge quando todas as variáveis que estão direta ou indiretamente ligadas ao bom desempenho da organização, estão fluindo de maneira próspera para o alcance das metas predeterminadas. Se a organização mantém um desenvolvimento contínuo, seu valor de mercado tende a sempre aumentar, o *goodwill* é o fenômeno resultante da capacidade da empresa.

O *goodwill* começou a ser reconhecido aproximadamente na década de oitenta e a partir dessa mesma época passou-se a reconhecer o capital intelectual dentro das organizações que se fundiu também com o reconhecimento do valor agregado das empresas. Atualmente com a globalização e preservação ambiental surgiu um novo ativo e passivo intangível para as empresas, conhecido como créditos de carbono.

2.4 Créditos de Carbono (CO²)

Conforme citação de Tasso e Nascimento (2004, p.2): “Credito de CO² é um certificado previsto no Protocolo de Quioto que dá direito a um poluidor (empresa) de ter uma determinada quota (direito de poluir).”

A era da modernidade devido às necessidades ambientais, trouxe um novo produto para o mercado, os créditos de carbono, títulos comercializados entre os países em desenvolvimento e os países desenvolvidos.

De acordo com Rocha (2003, p.8):

“A partir do Protocolo de Quioto ficou claro que o mercado poderia auxiliar no processo de redução das emissões de GEE, através da proposta de se criar um valor transacional para essas reduções, semelhante aos mecanismos existentes para alguns gases poluidores na Europa e Estados Unidos.”

Juntamente com a necessidade ambiental notou-se a necessidade financeira de que o mercado pereceria tendo que reduzir suas emissões de CO² para contribuir com a preservação do meio ambiente. Devido a isso criou-se a comercialização do “direito de poluir”.

Afirma Ribeiro, M. (2005, p.58):

“[...] os créditos de carbono têm todas as características para enquadramento como ativos, uma vez que representam benefícios econômicos futuros que influenciarão o fluxo de caixa na medida em que contribuam para a adequação da empresa às metas do Protocolo de Quioto, e têm origem em eventos ocorridos no passado, que é o momento em que foram negociados.”

O Crédito de carbono torna-se um ativo intangível na classificação das contas da empresa que o compra, devido à nele vir explicita a expectativa de geração de lucros futuros. A amortização do mesmo ocorre no decorrer da utilização do direito de poluir.

Afirma Ribeiro, M. (2005 p.62-63):

“Sob o ponto de vista contábil, o direito de fazer algo ou de usufruir algum bem público que proporcione benefícios futuros se configura em ativo intangível, e é comum, nas concessões governamentais para exploração de serviço público, executar obra pública ou usar um bem publico por um período determinado.”

Visto que o CO² se torna um ativo para a empresa que o adquire, o mesmo torna-se um passivo para empresa que o vende. A empresa detentora do Credito de Carbono, ao comercializá-lo assumi um compromisso em direcionar os recursos oriundos do mesmo para preservação do meio ambiente.

A afirmação de ser o Co² também considerado um passivo ao depender do parâmetro que se analisa é confirmada por Ribeiro, M. (2005, p.66), “[...] a comercialização desses títulos (REs e RCs) deve gerar um passivo para seus vendedores.”

Os créditos de carbono são hoje registrados na contabilidade no subgrupo intangíveis do ativo não-circulante introduzido pela nova legislação pela Lei 11.638/07.

2.5 Alterações Promovidas pela Lei n. 11.638/2007 e MP n. 449/2008

No que diz respeito ao ativo seguem as alterações introduzidas pela nova legislação:

Lei 11.638/2007 - art. 178, § 1º - alínea c: “ativo permanente, dividido em investimentos, imobilizado, intangível e diferido.”

Este artigo foi novamente alterado pela MP 449/2008 que extinguiu o grupo ativo permanente e o subgrupo ativo diferido, passando a vigorar a seguinte classificação das contas: MP449/2008 – art. 178, § 1º - “I ativo circulante; e II – ativo

não circulante, composto por ativo realizável a longo prazo, investimentos, imobilizado e intangível.”

Já mencionava Ludícibus (2006, p.225) sobre a composição da classificação das contas em dois grandes subgrupos: ativo circulante e ativo não-circulante, neste segundo onde constaria o a longo prazo composto por imobilizado, investimentos, financeiros de longo prazo e intangíveis muitos considerados no diferido pela Lei das S.A, na verdade de natureza intangível.

“Art. 179: VI – no intangível: os direitos que tenham por objeto bens incorpóreos destinados à manutenção da companhia ou exercidos com essa finalidade, inclusive o fundo de comercio adquirido.”

Conforme Tactus (2009, p. 5), esclarece a Resolução 1.159 CFC, de 13-2-2009(DO-U de 4-3-2009) nesse subgrupo do ativo não circulante devem ser classificados os valores de bens incorpóreos tais como: marcas, patentes, direitos de franquia, gastos com desenvolvimento de novos produtos, direitos de concessão, direitos de exploração, direitos autorais, ágio pago por expectativa de resultado futuro (fundo de comercio ou *goodwill*) que se encontra em outras contas do extinto ativo permanente.

“Critérios de avaliação do ativo – art. 183: VII – os direitos classificados no intangível, pelo custo incorrido na aquisição deduzido do saldo da respectiva conta de amortização.”

Após comentar sobre a modificação na legislação com relação à contabilização de alguns intangíveis o tópico seguinte trata sobre o capital intelectual, um intangível que agrega muito valor a organização, mas ainda não possui um padrão para sua contabilização.

2.6 Conceitos e Estrutura do Capital Intelectual

Segundo Brooking (1996) *apud* Mativi (2005, p. 3):

“Capital Intelectual é definido como uma combinação de ativos intangíveis, frutos das mudanças nas áreas da tecnologia da informação, mídia e comunicação, que trazem benefícios intangíveis para as empresas e que capacitam seu funcionamento.”

A rica interação do ativo tangível e intangível tende a valorizar ainda mais o patrimônio empresarial.

Segundo Stewart (2002, p.14-15), o capital intelectual foi umas das grandes idéias que transformaram o funcionamento das organizações, visto que, os intangíveis são mais importantes que os ativos tangíveis, habilidades, capacidades, expertise, culturas, lealdade, dentre outros são ativos do conhecimento que compõem o capital intelectual e determinam o sucesso ou fracasso da organização, obter habilidades e disseminar o conhecimento estratégico em todos os departamentos da empresa é um fator determinante para alavancagem das metas pretendidas, a competitividade presente cada dia mais no cotidiano empresarial exige que tudo esteja sempre se inovando de maneira prática e original.

Stewart (2002, p. 40) cita: “Capital intelectual é o conhecimento que transforma as matérias-primas e as torna mais valiosas.”

Conforme Sá^b (2001, p.2):

”Não se tornou dispensável o patrimônio, é óbvio, especialmente porque esse passou a se constituir também de um tipo especial de riqueza imaterial agregada, defluente de uma simbiose de energias do pensamento humano e de bens materiais.”

Nota-se que o capital intelectual é um importante fator de produção e deve ser considerado como um ativo estratégico presente nas organizações para agregar-lhes valor.

O autor Stewart (2002, p.41) comenta:

“O capital intelectual de uma empresa é a soma de seu capital humano (talento), capital estrutural (propriedade intelectual, metodologias, software, documentos e outros artefatos do conhecimento) e capital em clientes ou em relacionamentos (com clientes).”

O Capital intelectual é o resultado da associação da capacidade humana da empresa de seu desempenho ao lidar com a estrutura física e bons relacionamentos com clientes.

2.6.1 Capital Humano

Para Lucena (2007, p.43):

“O Conceito de Capital Intelectual envolve toda a organização, na medida em que evidencia aspectos estruturais, de relacionamento com clientes e fornecedores, tecnológicos e de capacidade intelectual dos funcionários.”

O capital intelectual soma vantagens à estrutura patrimonial, agregando conhecimento à sua estrutura física operacional, utilizando-se da mesma de maneira mais prática, menos custosa, ou seja, menos gastos resultam em mais retornos e nada melhor do que o capital humano para disseminar o conhecimento dentro da organização.

De acordo com Brás (2007, p.301):

“Os benefícios econômicos devem ser resultado de transações passadas ou de eventos, ou seja, não podemos considerar o benefício de um investimento em capital humano efetuado por uma empresa, mas devido à mobilidade dos indivíduos, seja uma outra entidade a beneficiar desse investimento. [...] está implícito que a organização beneficia dos investimentos no capital humano, embora haja a dificuldade em saber se o benefício gerado para a organização é superior ao custo do seu investimento.”

Conforme citação da autora, a empresa precisa investir em seus colaboradores, para capacitá-los a desempenhar melhor suas funções e aumentar os retornos aos investimentos efetuados na infraestrutura operacional. Porém deve fazer com que seja do interesse do colaborador, permanecer na empresa.

Afirma Stewart (2002, p. 361):

“Os empregadores e empregados devem aprender a ajustar-se à idéia de que os indivíduos são detentores de capital humano, que escolhem onde investi-lo para a obtenção não só de recompensas imediatas [...] mas também de retorno a longo prazo, ou seja, crescimento contínuo.”

Segundo Rodrigues (2007, p. 29):

“As pessoas são ativo da empresa que, no entanto, não pode ser dona delas. As idéias são livres, abundantes e inatas ao ser humano, são altamente valiosas e dispensam treinamento ou educação especial.”

Caso o colaborador demita-se estará levando seu capital humano consigo, o que acarretará em um desfalque na estrutura intelectual da empresa.

Segundo Stewart (2002, p.354): “Na economia do conhecimento, as pessoas não são empregados nem “ativos”. O tamanho do efetivo de pessoal não é a melhor medida do capital humano.”

Um dos fatores que compõem a funcionalidade da organização é a aptidão de seus colaboradores ao lidar com sua parte tangível, saber utilizar a tecnologia de toda infraestrutura disponível de maneira eficiente e eficaz.

Para Stewart e Edvinsson (1998) *apud* Mativi *et al* (2005, p.2) “capital humano é composto pelos aspectos ligados às pessoas da empresa e a capacidade delas para atender as expectativas dos clientes.”

A qualidade de uma empresa também se nota através do entrosamento de seu pessoal com a expectativa do cliente, para que o mesmo saia satisfeito de qualquer transação efetuada, sendo isso a garantia de seu retorno.

Segundo Gomes (2003, p.63):

“O capital humano representa toda capacidade, conhecimento, habilidade e experiência individuais dos empregados e gerentes. Como se trata de um processo sinérgico, visto que as pessoas encontram-se integradas no contexto de uma organização dinâmica, inserida em um ambiente competitivo em mudança, o capital humano deverá ser sempre maior do que a soma dessas medidas.”

De acordo com Stewart (2002, p.362): “Quando o capital mais relevante é o humano, os problemas são inevitáveis, se os empregados não compatibilizarem seus interesses com os do negocio.”

De nada adianta uma estrutura física de tecnologias avançadas se a empresa não detém de pessoal capacitado e apto a manusear tais equipamentos ou softwares.

Ressalta ainda Stewart (2002, p.362): “alguns trabalhadores do conhecimento, em vez de fontes, são esponjas de capital humano. Para eles, o trabalho na empresa significa apenas “bom treinamento” ou “experiência de aprendizado”, ou nada mais que “um cargo”.

Deve-se observar que cursos para treinamento e/ou aperfeiçoamento de mão-de-obra é inútil se o quadro de colaboradores possui indivíduos desmotivados ou até mesmo desinteressados em obter novos conhecimentos, essas variáveis devem ser estudadas e avaliadas dentro do capital intelectual.

Segundo Santos e Pereira (2003, p.6):

“O conhecimento do grau de instrução dos funcionários impede o corte de pessoas com a capacidade e know-how valiosos para a organização, como nos casos de programa de Demissão Voluntária que muitas empresas do setor público e privado adotaram nos últimos anos.”

Não se pode avaliar o nível de conhecimento e habilidades do quadro de colaboradores simplesmente através das demonstrações contábeis, de acordo com o salário de cada um, apesar da remuneração variar de acordo com a função.

Para conhecer a capacidade do capital humano, há que se fazer uma análise mais criteriosa nos setores, identificando como estão sendo desempenhadas as funções.

Afirma Sá^c (2001, p.1) “A demissão de um empregado tem custos financeiros, mas, pode ter maiores custos como redução da eficácia operacional, conforme a função que desempenhava e a experiência que havia acumulado.”

Pode – se descobrir talentos em determinados setores que não permitam que o mesmo possa utilizar toda sua potencialidade intelectual, devido a função que desempenha, podendo remanejá-lo para um setor que exija mais de seu QI, assim como se descobre aqueles indivíduos que estão recebendo remuneração e não cumprem com aquilo para o qual estão sendo pagos. O quadro de colaboradores pode estar deficiente, quer seja devido à distribuição do pessoal por setores de forma equivocada ou em contratação de mão-de-obra ineficiente.

De acordo com Sá^b (2001, p.14), uma sugestão para mensuração do pessoal, com base nos currículos de forma individual, atribuindo pontuações que expressem o valor de sua força de cultura, de forma a preencher cada função na empresa.

É aconselhável que se faça essa averiguação de pessoal periodicamente, para manter informações gerenciais sempre atualizadas.

O capital humano não pode desempenhar sua função de maneira eficiente e ágil, manter ou aumentar sua produtividade para empresa sem uma adequada estrutura física.

2.6.2 Capital Estrutural

De acordo com Backes; Ott e Wiethaeuper (2005, p.3):

“Capital estrutural, resulta da aplicação do conhecimento humano na melhoria dos processos, modelos de gestão eficazes, proporcionando uma organização estruturada de forma a criar e alavancar o conhecimento em prol da organização.”

Afirmam Edvinsson e Malone (1998) *apud* Ponte *et al* (2005, p.4): “Capital estrutural, constitui todo o esqueleto e a infra-estrutura que apóiam o capital humano.”

Citam Stewart e Edvinsson (1998) *apud* Mativi *et al* (2005, p.2-3):

“É a parcela do capital intelectual que inclui os sistemas de informação, bancos de dados, intranets, procedimentos, processos, patentes, fórmulas, ferramentas, metodologias, segredos industriais, melhores práticas etc. Este capital é composto pelos recursos que sustentam e dão suporte aos funcionários para realização do trabalho.”

Capital estrutural é considerada a ferramenta de produção para o capital humano, é a parte tangível que compõe o capital intelectual.

Define Wernke (2003) *apud* Scholtz e Ibdaiwi (2007, p.5): “Capital estrutural é o valor do que é deixado na empresa quando os funcionários – capital humano – vão para casa. Exemplos: base de dados, lista de clientes, marcas e estruturas organizacionais.”

Segundo Scholtz e Ibdaiwi (2007, p.9), capital estrutural é dividido em três tipos: capital organizacional, capital de inovação e capital de processos.

Segundo Gomes (2003, p.63):

“O capital organizacional abrange o investimento em sistemas, instrumentos e filosofia operacional que agilizam o fluxo de conhecimento pela organização, bem como em direção a áreas externas, como aquelas voltadas para os canais de suprimento e distribuição.”

Pode-se dizer, portanto, que o capital organizacional é a parte funcional da empresa, através de sistemas internos.

Ainda segundo Gomes (2003, p.63):

“O capital inovação está associado à capacidade de renovação e aos resultados da inovação, na forma de direitos comerciais amparados por lei,

propriedade intelectual e outros ativos e talentos intangíveis utilizados para criar e colocar novos produtos e serviços no mercado, rapidamente.”

Portanto, capital inovação é tudo aquilo que resulta de criações da organização, provenientes de sua capacidade para colocar no mercado novidades no que diz respeito ao comércio e serviços.

Comenta ainda Gomes (2003, p.63):

“O capital de processos é constituído por aqueles processos, técnicas e programas direcionados aos empregados, que aumentam e ampliam a eficiência da produção ou a prestação de serviços, ou seja, é o tipo de conhecimento pratico empregado na criação continua de valor.”

Capital processo é responsável pelo treinamento técnico dado ao colaborador, para um melhor desempenho de suas funções com objetivo de uma maior produtividade.

Para uma completa funcionalidade do capital intelectual há que se obter conhecimento sobre o capital cliente que a empresa possui.

2.6.3 Capital Cliente

Comentam Backes; Ott e Wiethaeuper (2005, p.3):

”Considera-se capital cliente como derivado das habilidades do ser humano em se relacionar, manter estratégias de inovação que permitam o encantamento do cliente e, conseqüentemente, a retenção e lealdade dos mesmos.”

A empresa que detém de capital cliente não apenas o conquista, mas o mantém em sua lista de clientes.

Afirmam Edvinsson e Malone (1998, p.33) *apud* Santos e Pereira (2003, p.4): ”Capital clientes sempre esteve presente oculto sobre a definição de *goodwill*,[...]Sendo que [...]o grande propósito para a categoria do capital de clientes é medir tal solidez e lealdade.”

O capital cliente tende a aumentar conforme aumenta o índice de clientes fieis à empresa.

Define Stewart e Edvinsson (1998) *apud* Mativi *et al* (2005, p.3):

”Corresponde à competência da empresa em se relacionar com as pessoas com as quais faz negócios. O resultado do capital do cliente está intimamente relacionado aos índices de fidelização, retenção e satisfação do cliente, relacionamento com a cadeia de valor e penetração, amplitude, cobertura, conquista e manutenção de mercado.”

A empresa para possuir capital cliente, deve saber negociar com o cliente de uma forma que lhe traga bons rendimentos, porém é preciso deixar o cliente satisfeito com o negócio efetuado para fidelizá-lo à empresa.

2.7 Breve Histórico do Capital Intelectual

De acordo com Dias Jr. e Possamai (2004, p.5), com o acúmulo de capital, a partir de 1970 o Japão passou a valorizar estruturas do conhecimento e se destacou com práticas gerenciais que resultaram em um grandioso desenvolvimento econômico.

Segundo Ponte *et al* (2005, p.3):

”Em 1980, a *Skandia* iniciou o processo de reconhecimento de que a teoria da administração tradicional não respondia mais satisfatoriamente ao desenvolvimento das organizações, devido à velocidade com que as mudanças ocorriam.”

A *Skandia* foi a empresa pioneira no gerenciamento do capital intelectual ao focalizar em crescimento e renovação e publicar um relatório anual no ano de 1994 de seu capital intelectual complementando suas demonstrações contábeis.

Segundo Lucena (2007, p.42):

“No século XVIII, estudiosos como William Farr, Ernest Engel e Theodor Wiltstein foram os primeiros a definir o ser humano como um bem de capital. Porém, foi a partir de 1991, com a publicação do artigo de Thomas Stewart, na revista *Fortune*, que o assunto foi tratado, pela primeira vez, de forma a evidenciar o valor de um funcionário e o reconhecimento do que fazia.”

O capital intelectual surgiu a partir do reconhecimento do capital humano, reconhecido como um bem de capital.

O quadro 1 traz uma demonstração compactada do crescimento e reconhecimento do capital intelectual baseado no *goodwill* analisado pelas empresas.

Período	Progresso
Início dos anos 80	Noção superficial de valor intangível (geralmente chamado de <i>goodwill</i>).
Meados dos anos 80	Avanço da “era da informação” e aumento das diferenças entre valor contábil e valor de mercado.
Fim dos anos 80	Primeiras tentativas de criação de contas para mensuração de CI (SVEIBY, 1988).
Início dos anos 90	Iniciativas de mensuração e de demonstração sistemática do CI. Surge, pela primeira vez, o cargo de Diretor de CI na Skandia. Kaplan e Norton (1996) introduzem o <i>balanced scorecard</i> , dentro da filosofia “só pode ser gerenciado o que pode ser medido”.
Meados dos anos 90	Estudos sobre a criação de conhecimento (NONAKA; TAKEUSHI, 1995). Skandia lança o suplemento “Visualizando o Capital Intelectual”, anexo à sua demonstração pública de resultados (1994).
	A Celemi (1995) estabelece uma “auditoria de conhecimento”, apresentando acesso detalhado ao <i>status</i> de seu CI.
	Os pioneiros na avaliação de CI começam a publicar livros: (KAPLAN; NORTON, 1996; EDVINSSON; MALONE 1997; e SVEIBY, 1997).
Fim dos anos 90	CI torna-se um tema popular, entre acadêmicos e conferencistas. Grandes projetos começam a surgir com o objetivo de aplicar maior rigor nas pesquisas. Em 1999, a OECD realiza simpósio internacional sobre CI, em Amsterdã.

Quadro 1 Perspectiva Histórica do Capital Intelectual Analisado pelas empresas.

Fonte: Ponte *et al* (2005, p.4)

Conforme demonstra o quadro 1 nas últimas décadas alguns intangíveis como *goodwill* e capital intelectual tem se tornado cada dia mais popular no meio contábil e empresarial.

Uma afirmativa a popularidade desses intangíveis nas empresas e discussões contábeis é a de Frey e Frey (2002, p.48): “O crescimento da importância dos ativos intangíveis faz com que a contabilidade tradicional comece a preocupar-se efetivamente no que diz respeito à mensuração e avaliação de ativos intangíveis.”

Segundo Kaplan e Norton (1997) *apud* Mativi *et al* (2005, p.6) “o que não se pode ser medido, não pode ser gerenciado.”

Para corroborar a citação de Kaplan e Norton serão demonstrados alguns conceitos sobre a importância para empresa da mensuração do capital intelectual.

2.8 A Importância da Mensuração do Capital Intelectual

Afirmam Breda e Hendriksen (1999, p.388): “Os ativos intangíveis não deixam de ser ativos simplesmente porque não possuem substância. Seu reconhecimento deve obedecer, portanto, às mesmas regras válidas para todos os ativos.”

A contabilidade não deve limitar-se a verificar se o ativo possui um item material em sua composição que possa ser mensurado, mas sim, trata-se de analisar a função operacional do mesmo, se ele é relevante para o ciclo operacional, porque não mensurá-lo? Isso com certeza exclui peça que integra o ciclo de produção, algo que possa estar dando retorno conforme esperado, como também possa precisar ser re-projetado para realmente dispor de toda sua capacidade, mas a gerencia só poderá analisar tal fato se o mesmo estiver contido nos relatórios.

De acordo com Lucena (2007, p.45): “os relatórios de Capital Intelectual são indicadores importantes, na medida em que evidenciam o potencial real da organização no curto e longo prazo.

Pode-se afirmar que os ativos estratégicos da empresa, se não demonstrados através da contabilidade podem omitir seu maior e mais valioso patrimônio, além de impossibilitar o acompanhamento e avaliação do desempenho financeiro da empresa, sua real projeção para gerar lucros futuros.

Afirma Ponte *et al* (2005, p.7): “Num ambiente onde, as inovações são duplicadas rapidamente pelos concorrentes e empresas menores arrebatam fatias de mercado das maiores, é o capital intelectual, [...], que determina suas posições competitivas.”

Afirma Stewart (2002, p.410):

“As mensurações, proporcionam visão de mundo, não apenas registros formais. São meios de pensamento e ação, assim como de avaliação. A não ser que se meçam os ativos do conhecimento e as fontes de conhecimento, a capacidade de mudança será limitada.”

Cabe ressaltar que ativos materiais se depreciam com o uso, enquanto o capital intelectual, conhecimento, quanto mais utilizados e disseminados dentro da organização mais valiosos se tornam.

De acordo com Klein *apud* Ponte *et al* (2005, p.8):

“A gestão estratégica do capital intelectual envolve repensar como a organização cria valor a partir de uma perspectiva centrada em conhecimento e o re-projeto e a orquestração do papel dos ativos intelectuais na estratégia e nas operações da empresa.”

De acordo com Costi *et al* (2001)*apud* Mativi *et al* (2005, p.3): “ O valor monetário dos ativos intangíveis está relacionado à capacidade da organização em enfrentar a concorrência.”

No atual cotidiano competitivo se mantêm em colocação privilegiada no mercado a empresa que inovar em relação aos produtos e serviços oferecidos e atendimento diferenciado para satisfação de sua clientela, ou seja, “pela capacidade da organização de incorporar inovações às rotinas organizacionais” afirma Kucsmarski (1998) *apud* Mativi *et al* (2005, p.3)

Ao se identificar o capital intelectual dentro da empresa, segundo Antunes (2000, p.122) *apud* Santos e Pereira (2003, p.6): “pode-se distinguir as diferenças entre a criação de patentes, desenvolvimento de vários designs e novos produtos, compreendendo as vantagens competitivas que cada um desses elementos possui.”

Afirmam Santos e Pereira (2003, p.6) que através do domínio e conhecimento do capital intelectual a empresa pode identificar quais investimentos é necessário dispor para determinado intangível, sem essa avaliação do CI não é possível identificar os recursos que possui.

Cita Ponte *et al* (2005,p.9):

“Se o ativo intelectual não é administrado, acaba se perdendo nas mentes das pessoas, em relatórios e memorandos, ou mesmo em banco de dados que não sistematicamente incorporados aos vários processos da organização.”

Apesar de importante a mensuração do capital intelectual requer tempo e dedicação da organização, mas isso não deve ser considerado um obstáculo, porém deve-se saber das dificuldades para reconhecer um ativo sem estrutura física e de valor subjetivo, para avaliá-lo de maneira correta.

2.9 Limitações na Mensuração do Capital Intelectual

Comenta Mativi *et al* (2005, p.2), mensurar ativos intangíveis tem sido um desafio, pois constituem um diferencial competitivo, que está sendo avaliado de forma incorreta evidenciando seus custos e não os benefícios que produz sejam presentes ou futuros.

Comentam Frey e Frey (2002, p. 48): “A contabilidade, vista como um sistema de informações ampliado teria o papel de demonstrar este valor agregado, porém, não o faz, devido às restrições impostas pelos seus princípios.”

Não há como administrar algo o qual não é demonstrado de maneira criteriosa nos relatórios apresentados à gerencia para tomada de decisões. As normas contábeis tradicionais determinam que tais fatos permaneçam ocultos, devido à subjetividade de seus valores.

De acordo com Stewart (2002, p.392), “Os investimentos em intangíveis, treinamento, construção da marca, software e assim por diante, são tratados como despesas.”

De acordo com Gomes (2003, p.5):

“Os ativos não têm sido considerados pelos organismos responsáveis pela emissão de normas contábeis, a exemplo do *International Accounting Standards Board* (IASB), do *Financial Accounting Standards Board* (FASB), nos Estados Unidos (EUA), e das normas contábeis emitidas pela União Européia, dentre outros, tendo em vista as dificuldades de mensuração e valoração.”

Comentam Frey e Frey (2002, p. 50) que a legislação induz as empresas a deduzir do lucro os gastos com a formação dos ativos intangíveis, visando reduzir a carga tributária.

Ativos intangíveis, tão importantes quanto os ativos materiais não tem tratamento igual dentro da ciência contábil, isso distorce as informações prestadas aos gestores, acionistas, clientes e usuários dos relatórios contábeis

Segundo Hendriksen e Breda (1999, p. 390), “*Goodwill* representa vantagens que não são especificamente identificáveis. O que falta, portanto, é um método lógico de vinculação desses custos a qualquer receita específica em períodos futuros.”

A ciência contábil é desprovida de mecanismos para mensurar o capital intelectual, a contabilidade tradicional aponta os gastos para se obter os ativos organizacionais, o que acaba por distorcer o valor do patrimônio líquido.

De acordo com Miozzo (2002, p.3) intangíveis são bens incorpóreos, tais como: marcas, patentes, licenças, direitos autorais, pesquisa, desenvolvimento e *goodwill*, devido a tal condição a avaliação eficaz desses bens se torna difícil.

Afirmam Frey e Frey (2002, p.47), “Os ativos intangíveis permanecem ocultos na contabilidade, não sendo evidenciados e expressos pelas demonstrações contábeis tradicionais, dada a dificuldade de sua mensuração”.

Segundo Frey e Frey (2002, p.47): “A evidenciação do valor econômico agregado à empresa é dificultada por não ser um valor objetivo.”

A contabilidade é responsável por fornecer informações indispensáveis aos gestores, diante de tanta subjetividade dos intangíveis, essa ferramenta gerencial está desafiada à buscar meios para proporcionar informações objetivas para tomada de decisões.

Segundo Frey e Frey (2002, p.48):

“Os sistemas de mensuração tradicionais, desenvolvidos pela contabilidade para as organizações, concentram-se nos ativos tangíveis, característica da “economia industrial”, e estes não se aplicam na “economia do conhecimento”, [...]”

A complexa tarefa de mensurar o imaterial tem feito com que ele seja excluído da evidenciação contábil.

Comentam Rodrigues, Santos e Nagano (2004) *apud* Scholtz e Ibdaiwi (2007, p.6) “tem aumentado o interesse pelo estudo do CI, considerando a subjetividade e a inadequação das técnicas da contabilidade tradicional para medir tais elementos.”

O modelo contábil tradicional tende a ignorar os processos de inovação que ocorrem dentro da empresa, tudo é avaliado e registrado sem critérios de classificação com relação ao grau de intangibilidade incorporado a empresa através do capital intelectual, porém, esse assunto está cada dia mais presente nas discussões contábeis.

Segundo afirmação de Stewart (2002, p.384):

"A avaliação dos ativos intangíveis em zero [...] acarreta distorções na alocação dos recursos. Como os sistemas contábeis influenciam a maneira como se recompensa o desempenho, eles afetam o comportamento econômico dos gerentes nas empresas e dos investidores no mercado."

Reflete o mesmo autor que os resultados dos investimentos são tratados de maneira irrelevante dentro da contabilidade, o que acaba por deixar os gerentes e investidores sem noção do que e de que forma realmente estão gerenciando.

A organização além de seus bens materiais deve conhecer qual o grau de intangibilidade que possui, com isso facilita identificar e apresentar resultados dos investimentos efetuados na empresa aos gestores, que possivelmente não disponibilizam novos recursos para o setor que não seja comprovado que esteja dando retorno.

De acordo com Mativi *et al* (2005, p.3), o principal responsável pelo não reconhecimento dos intangíveis como ativos é o Princípio do Custo como base de valor, sendo assim tais elementos são registrados como despesas, desconsiderando seu valor econômico dentro da organização.

Relata-se o custo despendido para atender determinada necessidade organizacional, sendo que, na mensuração do capital intelectual deve-se atentar ao benefício obtido sobre determinado ativo ou para a organização como um todo, o custo normalmente não possui correlação com a realidade do retorno do investimento.

Diante da importância da mensuração do capital intelectual dentro da contabilidade, para que possa nortear o gerenciamento de maneira mais clara e objetiva, serão demonstrados alguns dos principais métodos para mensuração do capital intelectual.

2.10 Métodos de Avaliação do Capital Intelectual

Nesse tópico serão demonstrados os principais métodos para mensuração do capital intelectual. A escolha dos métodos para estudo e comparação foi embasada na pesquisa bibliográfica onde basicamente todos os autores os definem

como principais e os considera base para o desenvolvimento de outros modelos de mensuração.

Afirma Mativi *et al* (2005, p.5):

“[...] os intangíveis possuem uma representação significativa no patrimônio das empresas [...], portanto, justifica-se a importância de mensurar os ativos intangíveis, como uma forma de melhorar a avaliação financeira das empresas para os mais diversos propósitos [...].”

Uma empresa só poderá dominar seu poder estratégico se detiver as chaves de seu conhecimento, para tanto é necessário determinar e utilizar os métodos que melhor irão demonstrar seu valor oculto na contabilidade.

2.10.1 Diferença entre valor de mercado e valor contábil

Define Góis *apud* Miozzo (2002, p. 3):

“É um dos indicadores mais utilizados para medir o capital intelectual. Nele as demonstrações contábeis auditadas são a base. O valor do capital intelectual de uma empresa é determinado pela diferença entre valor contábil e valor de mercado (valor unitário de ação x nº de ações) de uma empresa.”

Este método voltado para área financeira baseia-se nos valores expressos na contabilidade com relação à diferença do valor de mercado da empresa para saber seu valor agregado.

Comenta Ferreira (2004, p.6):

“Um ponto desfavorável desse modelo seria o fato de que tanto o valor de mercado quanto o valor contábil podem estar subestimados, uma vez que ambos interferem no resultado. Este fato prejudica de forma substancial na avaliação da entidade.”

Com a oscilação do mercado de ações ao se utilizar este método o valor de mercado da empresa pode não estar condizente com o que realmente vale no mercado, assim como as informações contábeis podem estar distorcidas.

De acordo com Paiva (2000) *apud* Ferreira (2004, p.6), “o capital intelectual é calculado utilizando a seguinte equação: $CI = VM - VC$, onde CI=Capital intelectual; VM=Valor de mercado e VC=Valor Contábil.”

2.10.2 Razão entre o valor de mercado e o valor contábil (ou *market-to-book*)

De acordo com Miozzo (2002, p.3):

“Esta medida foi apresentada pela primeira vez por Kaldor em 1966, registra que o valor *Market-to-Book* (também conhecido como razão M/B) é o resultante da divisão do valor de mercado das empresas pelo valor de seus ativos líquidos (somatório dos bens e direitos subtraídos das obrigações com terceiros, ou seja, o patrimônio líquido) conforme constam de seus balanços patrimoniais.”

Este método define que o capital intelectual da empresa é obtido através da divisão do intangível, valor de mercado por seu patrimônio líquido.

De acordo com Gomes (2003, p.71) Nessa abordagem, os intangíveis (capital intelectual) são expressos pela relação entre o valor de mercado e o valor contábil, conforme mostrado abaixo:

$$\text{Capital intelectual} = \frac{\text{Valor de Mercado (VM)}}{\text{Valor Contábil (VC)}}$$

Observa-se que esse método é voltado para área financeira, cujo resultado é obtido através de um cálculo matemático simples.

2.10.3 Modelo de mensuração do capital intelectual “Q” de Tobin

De acordo com Stewart (2002, p.415):

“Q de Tobin [...] é o índice do valor de mercado da empresa em relação ao custo de reposição de seus ativos, obtido pela adição da depreciação ao valor contábil. Na medida em que o “Q” movimenta-se para valores superiores a 1 o mercado parece estar atribuindo valores cada vez maiores aos intangíveis da empresa.”

Esse índice demonstra o incentivo à empresa para investimentos em ativos físicos que compõem a estrutura de produção da organização, caso o “Q” seja superior a 1, ao contrario a empresa não fará novos investimentos no momento.

De acordo com Sousa e Pinho (2009, p.4): “O Q é definido como a relação entre o valor de mercado da empresa e o custo de reposição de seus ativos físicos.”

De acordo com a variação das ações no mercado a empresa opta ou não por novos investimentos, se o valor das suas ações aumenta isso requer uma demanda maior em investimentos nos ativos físicos.

Segundo Fama e Barros (RBC nº 137, p.30,2002) *apud* Miozzo (2002, p.4): “[...] a relação entre o valor de mercado de uma empresa e o valor de reposição de seus ativos físicos.”

A empresa que possui um valor de mercado maior tende a investir mais em novos ativos físicos que supram sua necessidade de produção e agreguem mais valor à empresa, sempre observando se este possui um custo mínimo de investimentos em relação ao seu valor das ações no mercado.

Comenta Gomes (2003, p.72):

“Pode-se observar, ainda, que esse índice não foi desenvolvido como uma medida de capital intelectual, embora [...] valores de q e razões altas entre valor de mercado/valor contábil refletem o valor de investimentos em tecnologia e capital humano.”

Apesar de não ter sido desenvolvido para mensuração do capital intelectual o “Q” define o valor oculto da empresa, com relação ao seu valor de mercado divergir

com seu valor contábil, resultado de seu investimento em tecnologias e capital humano que geram ativos intangíveis agregadores de valor à empresa.

Para um melhor entendimento do cálculo do “Q” segue abaixo sua fórmula segundo Gomes (2003, p.72):

$q = \frac{VMA + VMD}{VRA}$, onde:

VRA

VMA = valor de mercado das ações (ou capital próprio da firma);

VMD = valor de mercado das dívidas (ou capital de terceiros empregado);

VRA = valor de reposição dos ativos da firma.

2.10.4 Navegador do capital intelectual – modelo de Stewart

De acordo com Miozzo (2002, p.4):

“Entende-se que o capital intelectual deve analisar o desempenho da empresa sob várias perspectivas, exemplo: razão do valor de mercado/valor contábil, medidas de capital do cliente, medidas de capital humano e medidas de capital estrutural.”

Este modelo propõe uma abordagem mais extensa de medidas em relação ao método valor de mercado e valor contábil para que todos os elementos do capital intelectual sejam analisados.

Segundo Ferreira (2004, p.6):

“O navegador do capital intelectual tem a vantagem de ser de fácil visualização o acompanhamento da evolução do desempenho da empresa. Deve-se ter cuidado na escolha dos índices de desempenho, para que sejam adequados à estratégia empresarial.”

Por abordar várias medidas para acompanhar o desempenho da empresa o navegador proporciona uma clara visão dos pontos principais dentro da organização de acordo com a estratégia empresarial.

Comenta Cunha (2006, p.10):

“Neste modelo é percebido que o criador dele [...] não pretende utilizar uma ferramenta simples como é o caso da Diferença entre Valor de Mercado e Valor Contábil. Aqui, a razão entre estes dois valores é usada, porém existem mais três itens de complemento à informação proporcionada pela simples razão.”

Stewart, autor do modelo sugeriu um gráfico que acompanhasse toda estrutura intelectual da empresa, através de vários índices financeiros e não financeiros escolhidos de acordo com o plano estratégico da organização.

Segundo ainda, Cunha (2006, p.10-11):

“O modelo sugere três medidas complementares a razão valor de mercado e valor contábil e para cada uma delas sugere três indicadores ligados à estratégia da empresa [...] é preciso avaliar estrategicamente a importância de cada “sub-indicador” além de selecionar as atividades que produzam riqueza intelectual para chegar ao objetivo de tentar mensurar o capital intelectual.”

Os índices que preencherão o gráfico radar devem ser condizentes com a estratégia da empresa, porém deve-se ter cautela ao defini-los para não exagerar nos índices e distorcer o entendimento proposto pelo gráfico.

A figura 3 traz a estrutura do gráfico radar criado por Stewart de uma empresa fictícia.



Figura 3 - Gráfico Radar

Fonte: Stewart (2002, p.219) *apud* Cunha (2006, p.11)

2.10.5 Modelo navegador *Skandia*

Para Silva (2005, p.4-5):

“Um passo importante rumo a mensuração foi à criação de um instrumento denominado de Navegador *Skandia*, que possui cinco áreas de foco: financeira, clientes, processo, renovação e desenvolvimento e humano, nas quais uma empresa focaliza sua atenção e das quais provem o valor de seu Capital Intelectual.”

Segundo o autor esse modelo *Skandia* deve servir como guia e corresponde a um marco no histórico da organização.

O modelo Navegador *Skandia* foi criado por Edvinsson na empresa sueca *Skandia*, pioneira na gestão do capital intelectual e publicação dos relatórios de mensuração.

O modelo possui cinco focos estratégicos para mensuração do capital intelectual e utiliza a metáfora de uma casa conforme ilustra a figura 4.



Figura 4 - Navegador *Skandia*

Fonte: Silva (2005, p5)

Venâncio e Neves Junior (1996, p.6-7) interpretam de maneira objetiva os focos, renovação e desenvolvimento são o alicerce da casa, como recurso fundamental para a continuidade da empresa, clientes são pilares que se apóiam no alicerce e garantem o desempenho presente. O foco financeiro é o telhado e apoiado pelos demais focos evidencia os resultados financeiros, e o foco humano como detentor de conhecimento, é o centro e interage diretamente com todos os demais focos, induzindo-os a cumprir sua missão.

Os cinco focos que fazem parte do navegador *Skandia* são mensurados através de vários índices e deve estar interagidos para orientar a gestão da empresa para qual direção tomar.

De acordo com Edvinsson e Malone (1998) *apud* Mativi *et al* (2005, p.8), cada foco é avaliado periodicamente através de indicadores e índices e é acompanhada a interação entre os focos, pois é através dessa interação que determina-se o capital intelectual. No modelo *Skandia* o capital intelectual está presente em toda a organização.

Baseado no constante acompanhamento do histórico financeiro da organização esse modelo de mensuração deve ser um navegador de fato que orienta as estratégias da empresa.

2.10.6 Modelo de Sveiby

Segundo Miozzo (2002, p. 4):

“Este modelo foi desenvolvido por Sveiby, na *Swedish Community of Practice*, que através de relatório anual apresentou a evolução dos itens do capital intelectual. Sveiby (1998) dividiu os ativos em tangíveis e intangíveis, classificando-os em três grupos: competências das pessoas; estrutura interna e estrutura externa.”

O modelo de Sveiby evidencia o capital intelectual da organização de maneira simples e fácil de ser interpretada, possui apenas certa dificuldade em se definir os índices de acordo com a estratégia da empresa.

O modelo de Sveiby demonstrado no quadro 2 tem como base três indicadores: estrutura externa, estrutura interna e estrutura de competências, mensurados através de vários índices.

VALORES INTANGÍVEIS

Indicadores de Estrutura Externa	Indicadores de Estrutura Interna	Indicadores de Estrutura Competências
Rentabilidade por cliente.	Investimento em Tecnologia.	Percentual da melhoria da
Crescimento Orgânico. Clientes Favorecedores da imagem.	Clientes que favorecem a Estrutura	Competência das pessoas (treinamentos, contratação de talentos e outros).
Índice de satisfação dos Clientes.	Porcentagem de funcionários, Índice valores/attitudes.	Porcentagem de Profissionais agregadores (aprendizado da organização-treinamento prático).
Proporção de grandes clientes.	Experiência. Índice de	Inovação. Novas idéias (novos produtos e serviços)
Estrutura da carteira de clientes e freqüência de vendas.	Rotatividade. Idade da Organização	

Quadro 2 Exemplo de um Monitor de Ativos Intangíveis
Fonte: Adaptado de Sveiby (1998) *apud* Jaeger (2007, p.43)

Segundo Gomes (2003, p.81-82), a estrutura externa representa as relações com clientes, fornecedores e a imagem e reputação da empresa, estrutura interna representa a cultura organizacional, patentes, modelos, sistemas de informações de propriedade da empresa e competência das pessoas representa a capacidade dos empregados da empresa que pode originar ativos tangíveis e intangíveis.

A figura 5 traz o balanço patrimonial de uma organização do conhecimento, cujos ativos tangíveis e aspectos financeiros são facilmente vistos nos balanços contábeis e o conhecimento da organização é proveniente do próprio patrimônio organizacional os ativos invisíveis são encontrados na diferença de valor contábil e de mercado da empresa.

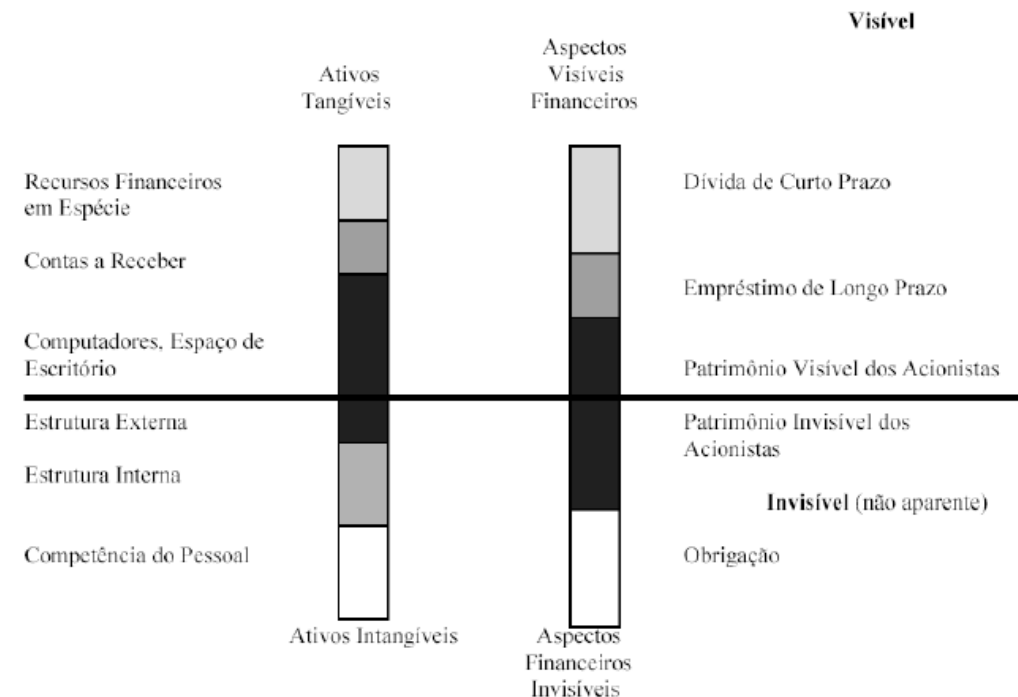


Figura 5 – Balanço Patrimonial de uma Organização do Conhecimento

Fonte: Jaeger (2003, p.42)

Segundo Sveiby (1998) *apud* Jaeger (2007,p.42):

“[...] o monitor de ativos intangíveis é um formato de apresentação que exhibe de forma simples uma série de indicadores relevantes que são determinados a partir da estratégia da empresa.”

A apresentação dos resultados do monitor deve ser feita através de uma única pagina acompanhada por notas explicativas.

2.10.7 Modelo Heurístico

Segundo Miozzo (2002, p.4): “O modelo heurístico considera o vínculo entre o capital intelectual e a estratégia empresarial, de modo que se avaliem os ativos intangíveis da empresa, ao longo do tempo, segundo a estratégia implantada.”

O modelo heurístico considera que mensurar todos os componentes do capital intelectual leva-se um determinado tempo e devem-se estabelecer indicadores partindo dos focos estratégicos.

De acordo com Gomes (2003, p.93):

“Outro ponto importante do modelo proposto está relacionado à forma de obtenção do capital intelectual. [...] esse sugere que se deve aplicar algum peso derivado da estratégia empresarial, de modo que o capital intelectual seja definido como um todo.”

Após definida a estratégia da empresa são classificados indicadores a partir dessa, cujos aos mesmos são dados “pesos” de acordo com seu grau de importância dentro da estratégia organizacional.

Segundo Gomes (2003, p.93):

“O modelo proposto por Jóia (2001) evidencia que os efeitos dos investimentos em capital humano e de inovação levam algum tempo para serem plenamente sentidos, enquanto que os investimentos em capitais de processos e de relacionamentos são rapidamente percebidos pelo mercado.”

É adotada a ideia de que a mensuração do capital intelectual é feita através de um acompanhamento ao longo do tempo em conjunto à avaliação do plano estratégico após a definição das metas, considerando que alguns indicadores levam mais tempo para serem avaliados do que outros.

2.10.8 Método - *Balanced Scorecard*

Segundo Mativi *et al* (2005, p.11): esse método avalia a evolução dos intangíveis através de quatro perspectivas que são, financeira, do cliente, dos processos internos da empresa, do aprendizado e crescimento. O SC é sistema que permite uma melhor compreensão da visão dos objetivos estratégicos para gerencia e facilita analisar e atualizar a estratégia da empresa.

O BSC focaliza 4 perspectivas dentro da organização e avalia se a estratégia organizacional está atuando dentro de cada perspectiva melhorando-as para que alcancem os objetivos estratégicos.

A figura 6 ilustra como são desenvolvidas as quatro perspectivas dentro do *Balanced Scorecard*



Figura 6 - *Balanced Scorecard*

Fonte: Mativi *et al* (2005, p.7)

Segundo Jaeger (2007, p.102):

“A variável nível de monitoração do capital intelectual estipulada a partir das 4 perspectivas do *Balanced Scorecard* demonstra a preocupação da organização quanto a sinergia entre as necessidades dos clientes, motivação dos funcionários, aprendizagem organizacional, otimização dos processos internos de negócios, além dos resultados financeiros que segundo a metodologia é uma consequência percebida pelo esforço somado em todas as perspectivas.”

O BSC enfatiza a importância de permeação da estratégia por toda a organização ocasionando no seu entendimento por todas as unidades e colaboradores e a sinergia das quatro perspectivas que resultara em bons resultados financeiros.

De acordo com Jaeger (2007, p.45):

“O *Balanced Scorecard*, [...] tem uma abordagem que preserva as mensurações do desempenho financeiro, os indicadores do passado,

porém, contempla a mensuração de outros vetores do desempenho financeiro futuro, especificamente a perspectiva de clientes, a perspectiva dos processos de negócios internos e a perspectiva de aprendizado e crescimento.”

É adotado um método que visa demonstrar os resultados financeiros que servirão de base para estratégia futura, assim como é voltado para perspectivas futuras ligadas aos clientes e desenvolvimento da organização

Neste sentido tem-se o entendimento de Padoveze (2003, p. 123), quando exemplifica, com base no trabalho de Kaplan e Norton, um conjunto de indicadores de acompanhamento da estratégia empresarial, conforme demonstrado no quadro 3.

Objetivos Estratégicos	(Indicadores de Ocorrência)	(Indicadores de Tendência)
Financeira F1 – Melhorar Lucros F2 – Ampliar <i>Mix</i> de Receita F3 – Reduzir Estrutura de Custos	Retorno sobre Investimento Aumento da Receita Mudança do Custo de Manutenção de Depósitos	Variedade de Produtos/ Serviços Geradores de Receita
Dos Clientes C1 – Aumentar o nível de satisfação dos clientes com nossos produtos e pessoal C2 – Aumentar o nível de satisfação “Após a Venda”	Participação no Segmento Retenção de Clientes	Profundidade do Relacionamento Pesquisa de opinião sobre satisfação
Interna I1 – Compreender nossos clientes I2 – Criar produtos inovadores I3 – Efetuar a venda cruzada dos produtos I4 – Transferir Cliente para canais rentáveis I5 – Minimizar problemas operacionais I6 – Atendimento eficiente	Receita gerada por novos produtos Quociente de venda cruzada Mudança de <i>Mix</i> de canais Taxa de erros de serviço Tempo de atendimento de solicitações	Ciclo de desenvolvimento de produtos Horas passadas com cliente
Do Aprendizado A1 – Desenvolver habilidades estratégicas A2 – Fornecer informações estratégicas A3 – Alinhar metas pessoais	Satisfação dos funcionários receita por funcionário	Índice de cobertura de funções estratégicas Índice de disponibilidade de informações estratégicas Alinhamento de metas pessoais (%)

Quadro 3 Indicadores de Acompanhamento da Estratégia Empresarial

Fonte: Padoveze, adaptado de Kaplan e Norton (2003, p. 123).

Visando melhor identificar as vantagens e desvantagens entre os modelos para mensuração do capital intelectual o quadro 3 demonstra um comparativo entre alguns dos métodos estudados:

Métodos	Vantagens	Limitações	Forma usada	Ênfase financeira	Perspectivas Adotadas
Diferença entre valor de mercado valor contábil	Simplicidade de utilização.	Frágil perante influências do passado	Equação Matemática	Total	Única (financeira)
Market-to-book ratio	Cálculo simples. Comparável no tempo	Influenciável por oscilações de fatores externos	Equação matemática	Total	Única (financeira)
“Q” de Tobin	Considera o custo de reposição	Afetada pelos efeitos do mercado	Equação matemática	Total	Única (financeira)
Stewart Navegador do Capital Intelectua	Fácil visualização. Desempenho de vários indicadores ao mesmo tempo	Dificuldade na determinação dos indicadores de desempenho	Gráfico radar	Parcial	Diversas, a serem estipuladas pelos usuários
Edvinsson e Malone Skandia Navegador	Fornecer uma perspectiva do passado e do futuro	Elaboração complexa. Subjetividade	Matriz e equação matemática	Parcial	Diversas (clientes, processos, humana, financeira e de renovação)
Sveiby	Apresentação simples. Fácil interpretação	Escolha dos indicadores complexa	Matriz de indicadores	Nenhuma	Diversas (estrutura externa, estrutura interna e competência das pessoas)

Métodos	Vantagens	Limitações	Forma usada	Ênfase financeira	Perspectivas Adotadas
Heurístico	Considera o fator do tempo. Ligação com a estratégia empresarial	Cálculo muito complexo e alta subjetividade na definição das prioridades	Equação matemática e matriz de incidência	Nenhuma	Diversas (a serem determinadas). Vinculadas à estratégia empresarial adotada.

Quadro 4 Possibilidades de Mensuração do Capital Intelectual
 Fonte: Wernke (2001) *apud* Venâncio e Neves Junior (2004, p.5)

Segundo sugestão de Stewart (2002, p.411): “é importante que as empresas desenvolvam mensurações e indicadores que se relacionem com aspectos importantes de seu próprio desempenho geral, sob diferentes perspectivas”.

Após a demonstração dos principais métodos para avaliação do capital intelectual, salienta-se que de acordo com a citação de Stewart cada organização deve adaptar os métodos disponíveis ou implementar nestes já disponíveis novos métodos conforme seu perfil organizacional.

3. METODOLOGIA

Uma das formas de obter conhecimento e aprendizagem sobre um assunto é por meio da pesquisa. Toda pesquisa, para alcançar seus objetivos, necessita de uma linha a ser seguida, ou seja, uma metodologia.

Segundo Ruiz (1991, p. 138): “Método é um conjunto de normas-padrão que devem ser satisfeitas, caso se deseje que a pesquisa seja tida por adequadamente conduzida e capaz de levar a conclusões merecedoras de adesão racional.”

Para que esse estudo se realizasse foi utilizada a pesquisa exploratória de cunho bibliográfico, sobre conceitos de intangíveis, capital intelectual e os principais métodos para mensuração do capital intelectual.

Segundo Ruiz (1991, p. 58): “[...] pesquisa bibliográfica consiste no exame [...], para levantamento e análise do que já se produziu sobre determinado assunto que assumimos como tema de pesquisa científica.”

De acordo com Ruiz (1991, p. 138): “O pensamento é dedutivo quando, a partir de enunciados mais gerais dispostos ordenadamente como premissas de um raciocínio, chega a uma conclusão particular ou menos geral.”

O embasamento teórico que fundamentou o trabalho foi sistematizado numa dinâmica clara e objetiva, versada por estudiosos sobre o assunto; portanto foram utilizados livros, revistas da área contábil, internet, dissertações, teses entre outros.

Foram identificados e descritos os oito principais métodos para mensuração do capital intelectual na concepção dos autores pesquisados.

A seguir foi realizada uma análise comparativa que buscou identificar semelhanças e diferenças entre os oito métodos para mensuração do capital intelectual.

Por fim, procedeu-se às conclusões de que existem muitas diferenças entre os métodos estudados nesse trabalho.

4. ANÁLISE DOS DADOS

Nessa sessão será feita uma análise dos oito principais métodos de mensuração do capital intelectual de acordo com autores pesquisados, apresentados no referencial teórico.

Evidenciam-se a seguir as principais características de cada método:

Diferença entre valor de mercado e valor contábil – um indicador com ênfase total voltada para área financeira, que se utiliza da diferença entre o valor de mercado e o valor contábil de uma empresa para identificar o capital intelectual.

Razão de valor de mercado e o valor contábil – é uma forma simples de se obter o valor dos intangíveis através da divisão do valor de mercado da empresa por seu patrimônio líquido de acordo com suas demonstrações contábeis.

“Q” de Tobin – este método desenvolvido pelo economista James Tobin, adota a comparação do valor de mercado da organização e seu custo de reposição dos ativos físicos. Sua mensuração do capital intelectual é feita através de uma equação matemática onde o “q” representa o resultado do valor de mercado das ações somado ao valor de mercado das dívidas dividido pelo valor de reposição dos ativos da empresa. Vale lembrar que esse método não foi desenvolvido para mensurar o capital intelectual, a princípio teria a função de auxiliar a gerência na tomada de decisões sobre efetuar novos investimentos em capital físico, porém autores estudiosos sobre os métodos para mensuração do capital intelectual passaram a enxergá-lo como uma boa medida representativa do capital intelectual através dos valores consideráveis expressos pelo “Q” entre valor contábil e de mercado.

Navegador do Capital Intelectual (Modelo Stewart) – esse modelo utiliza-se da comparação do valor contábil e o valor de mercado da empresa em conjunto aos três elementos que compõem o capital intelectual, que são capital humano, capital clientes e capital estrutural, enfim, são utilizados indicadores financeiros e não financeiros. Sua demonstração é feita através de um gráfico radar composto por várias medidas que segundo o autor do mesmo, só através da demonstração de resultados de diversos indicadores é possível visualizar diferentes dimensões do capital intelectual. No gráfico proposto por Stewart não são demonstrados valores,

pois a idéia é visualizar as metas atingidas que são demonstradas no interior do gráfico cuja parte externa representa a meta da estratégia e a interna os resultados obtidos para que seja feita uma comparação do que precisa ser alcançado para se obter as metas pretendidas.

Modelo Navegador *Skandia* – segundo Venâncio e Neves Junior (1996, p. 6) desenvolveu-se o navegador devido ao foco da empresa *Skandia* nos valores do capital intelectual que não eram apresentados nos relatórios anuais da companhia.

O navegador utiliza-se da metáfora de uma casa para demonstrar o capital intelectual da empresa e aborda os seguintes focos:

Foco Financeiro - voltado para os resultados em valores monetários;

Foco Clientes - busca identificar a lealdade dos clientes;

Foco Processo - avalia os investimentos em ativos para empresa;

Foco Renovação e Desenvolvimento - avalia os investimentos feitos em tecnologias, treinamentos de colaboradores, enfim tudo que agregue valor a empresa;

Foco Humano - mantido no centro da casa devido a ser ele o responsável pela disseminação do conhecimento pela organização.

Cabe ressaltar que os criadores do modelo *Skandia* antes do desenvolvimento do navegador concluíram que o capital intelectual não era um ativo financeiro, porém era constituído por diversos elementos que poderiam ser convertidos em retorno financeiro. Diante disso desenvolveram os focos do navegador que demonstravam de forma mais objetiva a dinâmica organizacional da empresa e para cada foco foram desenvolvidos diversos indicadores considerados ideais para mensuração do capital intelectual. Diante da premissa de concretizar os elementos do capital intelectual em ativos financeiros, o foco financeiro passou a ser o telhado da casa a fim de se demonstrar os resultados financeiros dos demais focos comprovando a eficácia de todos.

A base da análise do navegador ocorre através do equilíbrio dos três elementos que compõem o capital intelectual e uma verificação do histórico dos resultados servindo como referência para direcionar as perspectivas futuras.

Monitor de ativos intangíveis proposto por Sveiby – Segundo Gomes (2003, p.81), esse método foi desenvolvido devido à constatação de seu autor de que parte da riqueza das empresas não estava sendo demonstrada nos relatórios contábeis.

Neste método são utilizados indicadores associados à estratégia adotada pela empresa de crescimento e renovação, eficiência e estabilidade, não é avaliado o desempenho financeiro da organização, o monitor propõe um auxílio na gestão dos intangíveis. Faz a evidenciação do conhecimento implícito na organização através da mensuração de seu potencial humano, pois considera as pessoas como fontes que geram riquezas.

Parte da estratégia empresarial considerando a premissa da organização do conhecimento e interpreta a estratégia sob esta ótica, pois tem a pretensão de fornecer o entendimento do negócio.

É mais indicado para ser aplicado em empresas cujas atividades sejam voltadas para o conhecimento tais como, prestadoras de consultorias, desenvolvedoras de softwares, enfim, onde há ênfase na competência das pessoas, devido a ser mais adequado para o acompanhamento e desenvolvimento interno da organização.

Modelo Heurístico – São adotados indicadores relacionados a estratégia empresarial que são avaliados ao decorrer do tempo, pois o autor desse modelo acredita que nem todos os componentes do capital intelectual podem ser mensurados a curto prazo. A prioridade na escolha dos indicadores é adotada pela organização, além disso devem ser dados pesos ao grau de importância desses indicadores dentro dos focos da estratégia.

Método *Balanced Scorecard* – Segundo Gomes (2003, p.73), o surgimento desse modelo se deu ao fato de Kaplan e Norton perceberem que a contabilidade financeira não atendia a necessidade das empresas de obterem capacidade competitiva de longo alcance, então os autores propuseram um gerenciamento da missão e visão da organização e sua estratégia. O BSC considerando a premissa de compartilhar desde a alta gestão até o setor produtivo da organização a estratégia global, visa acabar com conflitos internos que geralmente ocorre dentro da gestão focalizada para o resultado financeiro, que acaba por cobrar dos colaboradores de forma individual mais resultados, o que gera competitividade entre aqueles que deveriam estar trabalhando em conjunto pela estratégia da organização.

Nesse modelo são utilizados indicadores que medem o desempenho da empresa através das seguintes perspectivas:

Financeira - analisa se o plano estratégico adotado contribui para bons resultados financeiros;

Clientes - analisa a retenção de clientes e aquisição de novos clientes, bem como a satisfação dos mesmos com relação aos produtos e serviços oferecidos pela empresa;

Processos Internos - analisa o desempenho interno da organização, a sinergia dos departamentos e com isso os resultados financeiros obtidos pelos acionistas;

Aprendizado e Crescimento - analisam em longo prazo os investimentos que a empresa deve fazer em infra-estrutura para atender as expectativas dos clientes e dos processos internos o que resulta em seu crescimento.

O BSC é focado na estratégia contínua, não basta a empresa possuir planos estratégicos, ela deve transformá-los em objetivos organizacionais, processos de aprendizado e desenvolvimento da estratégia por todos os colaboradores, cada objetivo alcançado deve ser avaliado a fim de se mensurar os resultados obtidos. O monitoramento do capital intelectual da organização é feito na forma de um conjunto o que proporciona a correlação de todos os focos da empresa e faz com que nenhuma meta associada a um foco específico possa sobrepor a outras metas de outros focos. Dessa forma a organização tende a equilibrar seu foco em suas principais variáveis que determinam seu desempenho.

O BSC é considerado como mais uma ferramenta de controle da *performance* financeira da organização. Onde são analisados os fatos passados para neles serem baseados as metas e estratégias futuras, ou seja, demonstram-se resultados alcançados no passado através das medidas financeiras e desenvolvem-se expectativas futuras, planejando as metas de curto prazo de forma que facilitem os objetivos de longo prazo.

Diante do conhecimento das principais características de cada método de mensuração do capital intelectual procede-se a uma análise comparando diferenças e semelhanças existentes entre os mesmos.

De acordo com o estudo da estrutura e indicadores utilizados pelos oito métodos demonstrados no referencial teórico, pode-se concluir que:

- a) Os métodos, Diferença entre o valor de mercado e o valor contábil, Razão de valor de mercado e o valor contábil, “Q” de Tobin, Navegador do Capital Intelectual (Stewart), mensuram os ativos intangíveis através da diferença

obtida entre o valor contábil da empresa e o valor de mercado. Esses métodos possuem um ponto negativo por sofrerem influência das oscilações do mercado de ações, o que pode afetar na avaliação do valor para menor do capital intelectual no momento em que as ações estiverem em baixa no mercado;

- b) Os métodos, Navegador *Skandia*, Monitor dos ativos Intangíveis (Sveiby), *Balanced Scorecard* e o Modelo heurístico não consideram o valor de mercado da organização para mensurar os ativos intangíveis e o faz através de vários indicadores correlacionados à estratégia empresarial;
- c) O Navegador *Skandia*, Q de Tobin e *Balanced Scorecard* possuem o foco voltado para a área financeira da empresa como resultado mais evidente de seu desempenho;
- d) O método de Sveiby focado no conhecimento, não possui nenhuma ênfase financeira, cujo autor do método acreditava que os ativos em sua grande maioria são não-financeiros;
- e) O modelo Heurístico sugere que se atribua pesos ao invés de valores monetários às variáveis determinadas pela empresa para mensurar o capital intelectual, o que o torna ainda mais subjetivo devido ao fato de além da determinação dos indicadores, é necessário priorizar cada índice dentro da ordem do plano estratégico;
- f) O Navegador *Skandia*, *Balanced Scorecard* e o Modelo Heurístico consideram o fator tempo em seus métodos para mensuração do capital intelectual. O primeiro e segundo método adota uma perspectiva do passado como base para as estratégias futuras e o terceiro método adota a perspectiva do fator tempo como forte influência para mensuração do capital intelectual, sendo esse necessário para a correta interpretação da mensuração;
- g) O *Balanced Scorecard* apesar de possuir uma estrutura semelhante ao Navegador *Skandia* não adota o foco humano como uma das principais variáveis que geram riqueza para organização. No navegador o foco humano é descrito como centro de sua metáfora, pois, reforça a idéia de ser esse foco quem dissemina o conhecimento pela organização e faz com que todos os focos se relacionem. Já o BSC considera as pessoas da empresa inseridas

no foco processo interno, pois podem ser considerados tanto como mais um custo dos processos ou como fonte de renovação;

5. CONCLUSÃO

O presente estudo teve por objetivo efetuar uma pesquisa sobre os principais métodos de mensuração do capital intelectual e identificar a existência de diferenças entre eles.

Para conclusão do trabalho foi realizada uma pesquisa sobre oito métodos considerados por autores estudiosos do assunto como sendo os principais.

Após o estudo pode-se concluir que os modelos estudados podem ser divididos em dois grupos aqueles que possuem o foco voltado para área financeira e aqueles que possuem o foco voltado para o capital intelectual, apesar de alguns modelos utilizarem os dois tipos de focos financeiros e não financeiros.

Porém as diferenças não permanecem apenas com relação às ênfases adotadas pelos métodos. Os métodos pertencentes ao mesmo grupo tendem a possuir indicadores similares, mas cada um possui uma particularidade com relação a aplicabilidade e análise desses indicadores, isso pode variar ainda mais dependendo do ambiente organizacional em que o método é aplicado.

Portanto pode-se confirmar a primeira hipótese de que as diferenças entre os métodos de mensuração do capital intelectual são significativas, pois, os métodos apesar de partirem basicamente todos do plano estratégico da empresa, não possuem um modelo que seja idêntico a outro mesmo possuindo a mesma ênfase.

Ressaltando que o presente trabalho apresentou os principais métodos para mensuração do capital intelectual, os gestores das empresas precisam se adaptar à idéia de desenvolver relatórios complementares às demonstrações contábeis para avaliar o desempenho de sua empresa e demonstrar seu capital intelectual através da adoção de um método, cuja a escolha necessita estar de acordo com o perfil da empresa e seu plano estratégico.

REFERÊNCIAS

BACKES, Rosemary Gelatti; OTT, Ernani; WIETHAEUPER, Daniela. **Informações sobre capital intelectual evidenciadas pelas companhias abertas listadas em nível 1 de governança corporativa da BOVESPA**.2005. Disponível em: <<http://www.congressosp.fipecafi.org/artigos52005/81.pdf>> Acesso em: 11.abr.2009.

BRÁS, Filomena Antunes. **Necessidade e dificuldades em valorizar o capital humano**. Revista de Estudos Politécnicos Polytechnical Studies Review, 2007, Vol IV, n.º 7, 291-319. Disponível em: <<http://www.scielo.oces.mctes.pt/pdf/tek/n7/v4n7a11.pdf>> Acesso em: 17.maio.2009.

CARVALHO, Gardênia Maria de. **Contabilidade ambiental**.2.ed.- Curitiba:Juruá,2008.

CUNHA, José Humberto da Cruz. **A Contabilidade e o real valor das empresas: foco no Capital Intelectual**. 2006. Disponível em: <<http://www.congressosp.fipecafi.org/artigos62006/558.pdf>> Acesso em: 01.maio.2009.

FERREIRA, Leonardo Nunes. **Capital intelectual: um estudo exploratório nas empresas de construção Civil do Distrito Federal**. 2004. Disponível em: <<http://www.congressosp.fipecafi.org/artigos42004/254.pdf>> Acesso em: 02.maio.2009.

FREY, Irineu Afonso e FREY, Márcia Rosane. **A mensuração do ativo intangível responsabilidade social empresarial**. Revista Brasileira de Contabilidade – RBC, ano xxxv, n. 138, p.45-55, nov e dez 2002.

GOMES, Marcelo Jota. **Análise do modelo de avaliação de intangíveis proposto por Sveiby (1998) em empresas de base tecnológica no Estado de Pernambuco**. Dissertação Submetida ao Colegiado do Programa Multiinstitucional e inter-regional de pós-graduação em ciências contábeis – UnB/UFPB/UFPE/UFRN, Recife, 2003 208f. Disponível em :<http://www.unb.br/cca/pos-graduacao/mestrado/dissertacoes/mest_dissert_025.pdf>Acesso em: 11 de abr.2009.

HENDRIKSEN, Eldon S.; BREDÁ, Michael F. Van. **Teoria da contabilidade**. Tradução de Antonio Zoratto Sanvicente. – 5.ed. São Paulo:Atlas, 1999.

IUDÍCIBUS, Sergio de. **Teoria da Contabilidade**. 8.ed.São Paulo: Atlas, 2006.

JAEGER, Marilore Andrea. **Monitoração do capital intelectual no setor brasileiro de consórcios ancorado no modelo do *Balanced Scorecard***. Dissertação de mestrado – Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Programa de Pós-Graduação em Administração, Área de Concentração Administração Estratégica. Curitiba. 2007. 127f. Disponível em:
<http://www.biblioteca.pucpr.br/tede//tde_busca/arquivo.php?codArquivo=871>
Acesso em: 01.maio.2009.

LUCENA, Silvana Cândido de. **Uma visão de profissionais de contabilidade sobre capital intelectual**. Revista Brasileira de Contabilidade – RBC, ano xxxv, n. 163, p.41-50, jan e fev 2007.

MARION, José Carlos. Reflexões sobre ativo intangível.2002.Disponível em:
<<http://www.marion.pro.br/portal/modules/wfdownloads/visit.php?cid=2&lid=7>>[ca.2002].Acesso em: 05.abr.2009.

MARTINS, Vinícius Aversari. **Contribuição à avaliação do goodwill**: depósitos estáveis, um ativo intangível. Dissertação (mestrado em Contabilidade e Controladoria). Departamento de Contabilidade e Atuária na Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, São Paulo. 2002.277f. Disponível em:
< <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12136/tde-08032004-170157/>>.
Acesso em: 05.abr.2009.

MATIVI, Cleiva Schaurich; ALVES, Jucelino Santos; YOSHITAKE, Mariano; VASCONCELOS, Yumara Lúcia. **Mensuração do capital intelectual**: importância nos Programas de Fusões e Aquisições de Empresas.In: ASAMBELA DEL CLADEA - CONSEJO LATINOAMERICANO DE ESCUELAS DE ADMINISTRACIÓN, Anales, Santiago de Chile,2005.

MIOZZO, Caroline. **A relação da ciência contábil com o capital intelectual e os modelos de mensuração existentes**. [ca.2002].Disponível em:
<<http://www.cdr.unc.br/Adm/content/files/documents/seminarios/Trabalho%20Caroline%20Miozzo.doc>> Acesso em: 11.abr.2009.

MOURA, Arthur Hyppólito de. **Os Ativos Intangíveis e o Capital Intelectual**. 2004
Disponível em:
<<http://www.eventos.bvsalud.org/gc1bireme/docs/pt/AtivosIntang.pdf>> Acesso
em: 17.maio.2009.

PADOVEZE, Clovis Luís. **Controladoria estratégica e operacional**: conceitos, estrutura, aplicação. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

PAULO, Edilson. **Capital Intelectual**: Formas alternativas de mensuração. In XVI Congresso Brasileiro de Contabilidade 2000 – Goiania – Brasil.[ca.2000].Disponível em:
<http://www.fucape.br/_admin/upload/prod_cientifica/artigo%20Nadia%20e%20Rafaela.pdf>. Acesso em: 12.abr.2009.

PONTE, Roselene Couras Del Vecchio Da, CABRAL, Augusto Cezar De Aquino, CAVALCANTE, Raimunda Erizeny e MACIEL, Terezinha De Jesus Pinheiro. **O Capital Intelectual como Ferramenta de Gestão Estratégica**: um estudo em empresas ganhadoras do prêmio delmiro gouveia 2004. Disponível em:
<<http://www.congressosp.fipecafi.org/artigos52005/476.pdf>> Acesso em: 23.nov.2008.

RECEITA FEDERAL DO BRASIL. Medida Provisória nº 449, de 3 de dezembro de 2008. Disponível em:
<<http://www.receita.fazenda.gov.br/Legislacao/MPs/2008/mp449.htm>> Acesso em: 01.abr.2009.

RECEITA FEDERAL DO BRASIL. Lei nº 11.638, de 28 de dezembro de 2007. Disponível em:
<<http://www.receita.fazenda.gov.br/Legislacao/Leis/2007/lei11638.htm>> Acesso em: 01.abr.2009.

RIBEIRO, Maisa de Souza. **O Tratamento Contábil dos Créditos de Carbono**. Tese de livre docência apresentada à Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto (FEARP). 2005.92f. Disponível em:
<<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/livredocencia/96/tde-11082006-093115/>> Acesso em: 13.maio.2009.

RIBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade Geral Fácil**. 5.ed. Ampl. E atual. – São Paulo: Saraiva. 2009.

ROCHA, Marcelo Theoto. **Aquecimento global e o mercado de carbono: uma aplicação do modelo Cert.** Piracicaba. Tese (Doutorado) – Escola superior de Agricultura “Luiz de Queiroz” da Universidade de São Paulo. 2003.196f. Disponível em: <<http://bases.bireme.br/cgi-bin/wxislind.exe/iah/online/?IsisScript=iah/iah.xis&src=google&base=LILACS&lang=p&nextAction=lnk&exprSearch=432328&indexSearch=ID>>. Acesso em 04.abr.2009.

RODRIGUES, Edna de Almeida. **Análise da estrutura do Capital Intelectual em hotéis paulistas: uma investigação em relação ao porte dos hotéis.** São Carlos. Dissertação (Mestrado-Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção. Área de Concentração: Estratégia Organizacional) — Escola de Engenharia de São Carlos da Universidade de São Paulo. 2007.218f. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/18/18140/tde-13042007-120215/>>. Acesso em 15.maio.2009.

RUIZ, João Alvaro. **Metodologia científica: guia para eficiência nos estudos.** 3.ed. São Paulo: Atlas.1991.

SÁ^a, Antonio Lopes de. **Conceito de intangível em contabilidade.** [ca.2001]. Disponível em: <<http://www.lopesdesa.com.br/>>. Acesso em: 03.abr.2009.

SÁ^b, Antônio Lopes de. **Os Valores Intangíveis da Riqueza Patrimonial e a Contabilidade do Intelectual.** [ca.2001]. Disponível em: <<http://www.lopesdesa.com.br/>>. Acesso em: 03.abr.2009.

SÁ^c, Antonio Lopes de. **Reconhecimento dos valores intelectuais que atuam sobre o capital.** Disponível em: <<http://www.lopesdesa.com.br/>> [ca.2001]. Acesso em: 03.abr.2009.

SCHOLTZ, Renan Liege; IBDAIWI, Thiago Kader R. **Capital Intelectual: um desafio para as organizações.** Artigo apresentado na disciplina de TCC do Curso de Administração Habilitação em Comércio Exterior da Faculdade Metodista de Santa Maria–FAMES.[ca.2007].Disponível em:<www.administradores.com.br/producao_academica/capital_intelectual_um_desafio_para_as_organizacoes/1270/download/>->Acesso em: 17.abr.2009.

SILVA, João Geraldo Ferreira da. **Capital Intelectual.**[ca.2005].Disponível em: <<http://www.portalpublicar.com.br/pp/artigos/008.pdf>>Acesso em:10.maio.2009.

SOUSA, Nadia Alves de; PINHO, Rafaela Módolo de. **Uma análise do Q de Tobin como Proxy para no nível de investimento da firma.**2007.Faculdade de Vitória/FUCAPE.Disponível em:

<<http://www.congressousp.fipecafi.org/artigos72007/327.pdf>>. Acesso em: 12.abr.2009.

STEWART, Thomas A. **A Riqueza do Conhecimento**: o capital intelectual e a nova organização. Tradução de Afonso Celso da Cunha Serra – Rio de Janeiro: Campus, 2002.

Sumário da comparação das práticas contábeis adotadas no Brasil com as Normas Internacionais de Contabilidade – IRFS. Brasília: Conselho Federal de Contabilidade; São Paulo: Ibracon, 2006.

SZUSTER, Natan. *et al.* **Contabilidade geral**: introdução à Contabilidade Societária. 2.ed.–São Paulo: Atlas, 2008.

TACTUS, SOLUÇÕES EM GESTÃO CONTÁBIL, FISCAL. LEGALIZAÇÃO E ADMINISTRAÇÃO DE PESSOAL. **Homepage**. Disponível em: <<http://www.tactus.com.br/?p=921>> Acesso em: 11.maio.2009.

TASSO, Carla Cristina; NASCIMENTO, Edson Queiroz. **Protocolo de Quioto** - Análise dos aspectos contábeis do mercado de carbono. 3º Simpósio FUCAPE de produção científica. [ca.2004]. Disponível em: <<http://www.fucape.br/simposio/3/artigos/carla%20tasso%20e%20edson%20queiroz.pdf>> Acessado em: 11.maio.2009.

VENANCIO, Fabiana Dias; NEVES JUNIOR, Idalberto José das. **Modelo navegador skandia**: uma análise desse modelo à luz do desempenho entre as cotações das ações do Grupo *Skandia* e o índice da Bolsa de Valores de Londres. [ca.2004]. Disponível em: <<http://www.contabeis.ucb.br/sites/000/96/00000154.pdf>> Acessado em: 12.abr.2009.

VIEIRA, Celso Vanderlei; DIAS, David Gomes; CASTRO NETO, José Luís. **Goodwill**. Revista do Conselho Regional de Contabilidade do Rio Grande do Sul, n. 77, p.42-50, abr. e jun 1994.